ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

GIÁO TRÌNH
THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

PGS. TS. Nguyễn Xuân Thiên (Chủ biên)

Hà Nội, 2011

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU 7
CHƯƠNG 1 NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 9
1.1. KHÁI NIỆM, CÁC HÌNH THỨC VÀ NGUYÊN NHÂN DẪN ĐẾN THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 9
1.1.1. Khái niệm 9
1.1.2. Các hình thức 10
1.1.3. Nguyên nhân dẫn đến thương mại quốc tế 10
1.2. LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI VÀ CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 13
1.2.1. Lý thuyết thương mại quốc tế 14
1.2.2. Chính sách thương mại quốc tế 14
1.3. CƠ CHẾ ĐIỀU TIẾT THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 15
1.4. CÁC XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHỦ YẾU CỦA THẾ GIỚI ẢNH HƯỞNG TỚI THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 15
1.4.1. Xu hướng hòa bình hợp tác vì sự tiến bộ và sự phát triển 15
1.4.2. Xu hướng chuyển sang cơ sở công nghệ mới có tính toàn cầu 16
1.4.3. Xu hướng khu vực hóa và toàn cầu hóa 18
1.4.4. Xu hướng chuyển sang kinh tế thị trường và mở cửa 19
1.4.5. Xu hướng phát triển và lớn mạnh của các công ty xuyên quốc gia 19
1.4.6. Khu vực Châu Á - Thái Bình Dương trở thành trung tâm phát triển kinh tế mới của thế giới 20
1.5. TÁC ĐỘNG CỦA CÁC XU HƯỚNG ĐỐI VỚI THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 21
1.5.1. Tốc độ tăng trưởng cao và quy mô buôn bán ngày càng lớn 21
1.5.2. Tác động tới xu hướng phát triển của thương mại 27
1.5.3. Tác động tới chuyển dịch cơ cấu hàng hóa 29
1.5.4. Tác động tới cạnh tranh 32
1.6. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU 33
1.6.1. Nội dung nghiên cứu 33
1.6.2. Phương pháp nghiên cứu 34
TÓM TẮT 34
CÂU HỎI ÔN TẬP 35
PHỤ LỤC 1 36
PHỤ LỤC 2 38
PHỤ LỤC 3 39
PHỤ LỤC 5 43
TÀI LIỆU THAM KHẢO 45
CHƯƠNG 2 LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ TỪ CỔ ĐIỂN ĐẾN TÂN CỔ ĐIỂN 46
2.1. LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI CỔ ĐIỂN 46
2.1.1. Quan điểm của chủ nghĩa trọng thương về thương mại 47
2.1.2. Lý thuyết lợi thế tuyệt đối: Adam Smith 50
2.1.3. Lý thuyết lợi thế so sánh: David Ricardo 54
2.1.4. Sự phát triển lý thuyết lợi thế so sánh của Ricardo 59

2.2. LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI TÂN CỔ ĐIỂN 65
2.2.1. Lợi thế so sánh và lý thuyết giá trị của lao động 65
2.2.2. Lý thuyết chi phí cơ hội (Lý thuyết tân cổ điển) 66
TÓM TẮT 73
CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP 73
TÀI LIỆU THAM KHẢO 74
PHỤ LỤC 75
CHƯƠNG 3 LÝ THUYẾT HIỆN ĐẠI VỀ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 80
3.1. LÝ THUYẾT CHUẨN VỀ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 80
3.1.1. Giới thiệu 80
3.1.2. PPF với chi phí cơ hội tăng 80
3.1.3. Tỷ lệ dịch chuyển biên 81
3.1.4. Đường bàng quan cộng đồng 82
3.1.5. Phân tích cơ sở và lợi ích của thương mại với chi phí cơ hội tăng 84
3.2. NGUỒN LỰC SẢN XUẤT VỐN CÓ VÀ LÝ THUYẾT HECKSCHER – OHLIN (LÝ THUYẾT H-O) 88
3.2.1. Giới thiệu 88
3.2.2. Các giả định của lý thuyết H-O 89
3.2.3. Khái niệm yếu tố thâm dụng, yếu tố dư thừa và mối liên hệ với đường PPF 91
3.2.4. Định lý Heckscher - Ohlin và định lý Heckscher - Ohlin - Samuelson 93
3.2.5. Ý nghĩa của lý thuyết H-O 98
3.2.6. Kiểm chứng thực tế mô hình H-O 99
3.3. LÝ THUYẾT CUNG CẦU LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI 101
3.3.1. Quan hệ cung – cầu, đường cong cung 101
3.4. LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI DỰA TRÊN LỢI THẾ NHỜ QUY MÔ 106
3.4.1. Thương mại dựa trên lợi thế so sánh với lợi tức không đổi theo quy mô và thương mại dựa trên lợi thế nhờ quy mô 106
3.4.2. Lợi thế kinh tế nhờ quy mô và lợi thế so sánh 109
3.5. CÁC LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI KHÁC 110
3.5.1. Lý thuyết chu kỳ sản phẩm 110
3.5.2. Lý thuyết Linder 111
TÓM TẮT 112
CÂU HỎI ÔN TẬP 112
TÀI LIỆU THAM KHẢO 112
CHƯƠNG 4 THUẾ QUAN – MỘT CÔNG CỤ HẠN CHẾ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ 113
4.1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ THUẾ QUAN 113
4.1.1. Khái niệm 113
4.1.2. Phân loại 113
4.2. THUẾ NHẬP KHẨU 114
4.2.1. Thuế đặc định 114
4.2.2. Thuế quan tính theo giá trị 115
4.2.3. Thuế ưu đãi 116

4.3. ĐO LƯỜNG MỨC ĐỘ CỦA THUẾ QUAN 116
4.3.1. Tỷ lệ thuế quan trung bình không cân đo.....116
4.3.2. Tỷ lệ thuế quan trung bình cân đo.....117
4.4. TỶ LỆ BẢO HỘ HIỆU QUẢ VỚI NHIỀU YẾU TỐ ĐẦU VÀO..... 118
4.4.1. Khái niệm.....118
4.4.2. Công thức tính ERP.....119
TÓM TẮT 120
CÂU HỎI ÔN TẬP 120
TÀI LIỆU THAM KHẢO 121
CHƯƠNG 5 CÁC HÀNG RÀO THƯƠNG MẠI PHI THUẾ QUAN VÀ CÁC KHÍA CẠNH KINH TẾ CỦA CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI 122
5.1. CÁC HÀNG RÀO PHI THUẾ QUAN CÓ ĐỊNH LƯỢNG..... 122
5.1.1. Hạn chế định lượng (Quantitative restriction).....122
5.1.2. Trợ cấp xuất khẩu.....127
5.1.3. Hạn chế xuất khẩu tự nguyện 129
5.1.4. Cacten quốc tế.....129
5.2. CÁC HÀNG RÀO PHI THUẾ QUAN KHÔNG ĐỊNH LƯỢNG 130
5.2.1. Các điều khoản thu mua của chính phủ 130
5.2.2. Các biện pháp quản lý giá.....130
5.2.3. Các biện pháp liên quan dến doanh nghiệp.....131
5.2.4. Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại 131
5.2.5. Các thủ tục đánh giá sự phù hợp.....132
5.2.6. Kiểm dịch động vật và thực vật 132
5.2.7. Các thủ tục hành chính.....133
5.2.8. Các chính sách nội địa bổ sung ảnh hưởng đến thương mại.....133
5.3. NHỮNG LÝ LẼ (LẬP LUẬN) VỀ CHÍNH SÁCH BẢO HỘ THƯƠNG MẠI 134
5.3.1. Lý lẽ về "ngành công nghiệp non trẻ" 134
5.3.2. Lý lẽ về "tài chính công cộng".....134
5.3.3. Lý lẽ về "tình trạng thất nghiệp" 135
5.3.4. Lý lẽ về "phân phối thu nhập".....135
5.5.5. Lý lẽ về "bảo vệ văn hóa, lối sống".....135
TÓM TẮT 136
CÂU HỎI ÔN TẬP 136
TÀI LIỆU THAM KHẢO 136
CHƯƠNG 6 THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ VÀ SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ 138
6.1. QUAN HỆ GIỮA THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ VÀ SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ . 138
6.1.1. Lý thuyết thương mại và sự phát triển 138
6.1.2. Vai trò của thương mại quốc tế đối với sự phát triển kinh tế.....141
6.1.3. Thực tiễn của thương mại quốc tế.....143
6.2. ĐIỀU KIỆN THƯƠNG MẠI VÀ SỰ PHÁT TRIỂN KINH TẾ 145
6.2.1. Điều kiện thương mai 145
6.2.2. Những lý do dẫn đến điều kiện thương mại khó khăn ở các nước đang phát triển và định hướng giải pháp.....149

6.3. CÁC CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KINH TẾ LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI 150
6.3.1. Chiến lược công nghiệp hóa dựa vào thay thế nhập khẩu 150
6.3.2. Chiến lược công nghiệp hóa hướng về xuất khẩu.....158
6.3.3. Chiến lược công nghiệp hóa hỗn hợp (công nghiệp hóa theo phương thức hội nhập kinh tế quốc tế).....167
6.4. Nghiên cứu trường hợp: Hàn Quốc thực hiện thành công chiến lược công nghiệp hóa hướng vào xuất khẩu 168
TÓM TẮT 173
CÂU HỎI ÔN TẬP 174
TÀI LIỆU THAM KHẢO 178
CHƯƠNG 7 TỰ DO HÓA THƯƠNG MẠI KHU VỰC VÀ TOÀN CẦU 179
7.1. KHU VỰC MẬU DỊCH TỰ DO ASEAN (AFTA)..... 179
7.1.1. Giới thiệu chung về Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á - ASEAN 179
7.1.2. Mục tiêu, nội dung và kế hoạch thực hiện AFTA.....183
7.1.3. Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC).....186
7.1.4. Sự tham gia của Việt Nam vào AFTA và AEC.....190
7.2. TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI 192
7.2.1. Những vấn đề chung về WTO.....192
7.2.2. Các hiệp định của WTO.....203
7.2.3. Cơ chế vận hành của WTO.....209
7.2.4. Chương trình phát triển Doha.....212
7.2.5. Việt Nam với tiến trình gia nhập WTO.....216
TÓM TẮT 218
CÂU HỎI ÔN TẬP 219
TÀI LIỆU THAM KHẢO 219
CHƯƠNG 8 CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM 226
8.1. NHỮNG NGUYÊN TẮC CƠ BẢN TRONG CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM 226
8.1.1. Chính sách thương mại quốc tế phải phù hợp, nhất quán, thống nhất với chính sách phát triển kinh tế - xã hội.....226
8.1.2. Chính sách thương mại Việt Nam phải phù hợp với những nguyên tắc chung của các tổ chức kinh tế quốc tế 227
8.1.3. Chính sách thương mại Việt Nam phải tuân thủ nguyên tắc sử dụng ngoại tệ có hiệu quả 228
8.1.4. Chính sách thương mại phải có tác dụng bảo vệ, hỗ trợ đối với sản xuất trong nước phát triển 228
8.1.5. Chính sách thương mại phải kết hợp hài hòa giữa xuất khẩu với nhập khẩu ..228
8.2. CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ CỦA VIỆT NAM QUA CÁC THỜI KỲ 229
8.2.1. Thời kỳ trước Đổi mới (1986).....229
8.2.2. Thời kỳ sau Đổi mới.....230
8.3. CÁC CAM KẾT CHÍNH CỦA VIỆT NAM TRONG WTO 236

8.3.1. Cam kết đa phương....236
8.3.2. Những cam kết về thương mại hàng hóa (thuế nhập khẩu)....238
8.3.3. Những cam kết về mở cửa thị trường dịch vụ....240
TÓM TẮT.... 245
CÂU HỎI ÔN TẬP.... 246
TÀI LIỆU THAM KHẢO.... 246
TỔNG HỢP CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP....248

Nhóm tác giả

1. PGS. TS. Nguyễn Xuân Thiên (Chương 1, 2, 3, 4, 5, 6 và 8)
2. ThS. Nguyễn Thị Vũ Hà (Chương 7)

LỜI MỞ ĐẦU

Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế là xu thế khách quan, thu hút nhiều quốc gia tham gia vào tất cả các lĩnh vực kinh tế, trong đó thương mại quốc tế là lĩnh vực quan trọng, được nhiều quốc gia quan tâm và được sử dụng như động lực cho sự phát triển. Thương mại quốc tế là một trong những hình thức cơ bản của kinh tế quốc tế và không ngừng phát triển cả về lý thuyết và thực tiễn. Việc nghiên cứu các lý thuyết cơ bản của thương mại và vận dụng các lý thuyết này vào thực tiễn của từng nước để xác định mô hình thương mại quốc tế nhằm phát huy và nâng cao lợi ích đối với tất cả các nước nói chung và Việt Nam nói riêng là hết sức cần thiết. Kinh tế thế giới càng phát triển thì quan hệ thương mại càng mở rộng. Những vấn đề trong quan hệ kinh tế quốc tế liên quan đến chính sách thương mại như thuế quan, hàng rào thương mại phi thuế quan, v.v… và đặc biệt là những thể chế điều tiết hoạt động thương mại toàn cầu đang ảnh hưởng đến sự phát triển của nhiều quốc gia. Việc ra đời Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) đã tạo ra một bước ngoặt đối với sự phát triển thương mại quốc tế. *Giáo trình Thương mại Quốc tế* giúp trang bị những kiến thức cơ bản về thương mại quốc tế và góp phần giải quyết các vấn đề cơ bản đã nêu ở trên.

Giáo trình Thương mại Quốc tế được biên soạn nhằm đáp ứng nhu cầu học tập của sinh viên và học viên phù hợp với chương trình đào tạo cử nhân Kinh tế Đối ngoại và Thạc sĩ chuyên ngành Kinh tế Thế giới và Quan hệ Kinh tế Quốc tế cũng như nhu cầu giảng dạy của giảng viên. Các nhà hoạch định chính sách, các doanh nhân kinh doanh trên thị trường quốc tế và những ai quan tâm tới sự phát triển kinh tế cũng có thể tham khảo.

Nội dung giáo trình này bao gồm những kiến thức cơ bản của thương mại quốc tế như: Những vấn đề chung về thương mại quốc tế, các lý thuyết thương mại quốc tế từ cổ điển đến hiện đại, các công cụ của chính sách thương mại quốc tế, vai trò của thương mại đối với sự phát triển kinh tế - xã hội của một nước, các định chế điều tiết thương mại khu vực và toàn cầu.

Giáo trình này được biên soạn theo Đề cương môn học Thương mại Quốc tế (3 tín chỉ) đã được Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội phê duyệt và bổ sung, hoàn thiện theo kết luận của Hội đồng Nghiệm thu Giáo trình của Nhà trường. Đây là công trình được biên soạn dựa trên sự tham khảo một cách nghiêm túc và có hệ thống tài liệu giảng dạy, nghiên cứu về lý thuyết và chính sách thương mại

quốc tế. Mặc dù đã có nhiều cố gắng, nhưng do biên soạn lần đầu, cuốn sách không thể tránh khỏi những thiếu sót. Chúng tôi mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các thầy, cô giáo và quý độc giả.

Nhóm tác giả xin trân trọng cảm ơn Hội đồng Nghiệm thu giáo trình Thương mại Quốc tế của Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội và đặc biệt là PGS. TS. Nguyễn Văn Nam (Bộ Thương mại), PGS. TS. Lê Bộ Lĩnh (Ủy ban Khoa học Công nghệ và Môi trường của Quốc hội), TS. Võ Trí Thành (Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương) đã đóng góp nhiều ý kiến quý báu cho cuốn giáo trình này. Đồng thời, chúng tôi cũng xin chân thành cảm ơn tác giả của các tài liệu mà những người biên soạn đã tham khảo để viết giáo trình. Nhóm tác giả xin trân trọng cảm ơn Ban Giám hiệu, Ban Chủ nhiệm Khoa Kinh tế và Kinh doanh Quốc tế đã quan tâm tạo điều kiện cho chúng tôi hoàn thành giáo trình này.

Hà Nội, tháng 6 năm 2011

Nhóm tác giả

CHƯƠNG 1
NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

Chương này đề cập những vấn đề có tính chất nền tảng của thương mại. Thương mại quốc tế là gì? Tại sao lại có thương mại quốc tế? Tại sao các quốc gia lại xuất khẩu hàng hóa do họ sản xuất ra? Ai được lợi trong việc này? Đối tượng nghiên cứu của thương mại quốc tế là gì? Những xu hướng phát triển cơ bản nào của thế giới ảnh hưởng tới hoạt động thương mại quốc tế? Những xu hướng đó đã tác động đến thương mại quốc tế như thế nào? Đó là những câu hỏi mà chương này tập trung trả lời

1.1. KHÁI NIỆM, CÁC HÌNH THỨC VÀ NGUYÊN NHÂN DẪN ĐẾN THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

1.1.1. Khái niệm

Thương mại (trade) có nghĩa là trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa hai bên. Nếu các bên cư trú tại những quốc gia khác nhau thì hoạt động thương mại này mang tính quốc tế. Thông thường một trong những hàng hóa tham gia trao đổi là "tiền", chẳng hạn như đơn vị tiền tệ quốc gia của một bên, hoặc đồng tiền của một nước thứ ba, hoặc vàng. Nếu không có hàng hóa trao đổi nào là tiền thì sự buôn bán này thuộc loại "hàng đổi hàng". Trao đổi "hàng đổi hàng" là sự đổi chác trực tiếp của một hàng hóa vật phẩm hay dịch vụ này để lấy hàng hóa hay dịch vụ khác. Đối tượng đem ra trao đổi nếu là hàng hóa (sản phẩm hữu hình) thì gọi là thương mại hàng hóa; còn đối tượng trao đổi là dịch vụ (sản phẩm vô hình) thì gọi là thương mại dịch vụ. Theo thời gian, quy mô của thương mại hàng hóa tăng lên không ngừng, bên cạnh đó thương mại dịch vụ cũng không ngừng phát triển và mở rộng.

Các bên tham gia buôn bán quốc tế có thể là các công ty nhà nước, công ty tư nhân hoặc các cá nhân gọi chung là thương nhân.

So với thương mại trong một nước, thương mại quốc tế có hai đặc điểm sau: thứ nhất, thương mại quốc tế vượt ra khỏi biên giới của một quốc gia nên chính phủ mỗi nước có thể kiểm soát dễ dàng và áp dụng biện pháp hạn chế nhập khẩu; thứ hai, thương mại quốc tế gắn liền với việc sử dụng các đồng tiền quốc gia khác nhau nên nó liên quan đến vấn đề thanh toán quốc tế và tỷ giá hối đoái.

1.1.2. Các hình thức

Thương mại quốc tế có thể được thực hiện dưới các hình thức như xuất và nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ, gia công thuê cho nước ngoài và thuê nước ngoài gia công; tái xuất khẩu và chuyển khẩu và xuất khẩu tại chỗ. Trong đó hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ là chủ yếu và giữ vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế của mỗi quốc gia. Gia công thuê cho nước ngoài và thuê nước ngoài gia công thường có chu kỳ ngắn, đầu vào và đầu ra của nó gắn liền với thị trường nước ngoài nên nó được coi là một bộ phận của thương mại quốc tế. Hoạt động chuyển khẩu không có hành vi mua bán mà chỉ thực hiện các dịch vụ như vận tải quá cảnh, lưu kho lưu bãi, bảo quản… Ngoài ra thì xuất khẩu tại chỗ có thể đạt được hiệu quả cao do giảm bớt chi phí bao bì đóng gói, chi phí bảo quản, chi phí vận tại, thời gian thu hồi vốn nhanh trong khi vẫn có thể thu được ngoại tệ.

1.1.3. Nguyên nhân dẫn đến thương mại quốc tế

Một trong những mục đích của hoạt động thương mại quốc tế là buôn bán nhằm kiếm chênh lệch giá hay kiếm lời. Do có sự khác biệt về giá nên mới có buôn bán quốc tế, với giả thiết là chất lượng hàng hóa như nhau. Ví dụ, cùng là mặt hàng gạo nhưng gạo ở Việt Nam rất rẻ, loại ngon từ 12.000-15.000 đồng/kg; còn gạo ở Nhật Bản lại rất đắt, quy đổi từ yên Nhật sang đôla Mỹ từ 3-5 đôla/kg. Hay ngược lại, giá hàng điện tử, điện gia dụng ở Nhật rẻ, trong khi ở Việt Nam lại đắt hơn nhiều. Chính vì thế, Việt Nam mới trở thành nước sản xuất và xuất khẩu gạo có hạng trên thế giới còn Nhật Bản là nước đứng đầu về sản xuất và xuất khẩu hàng điện tử.

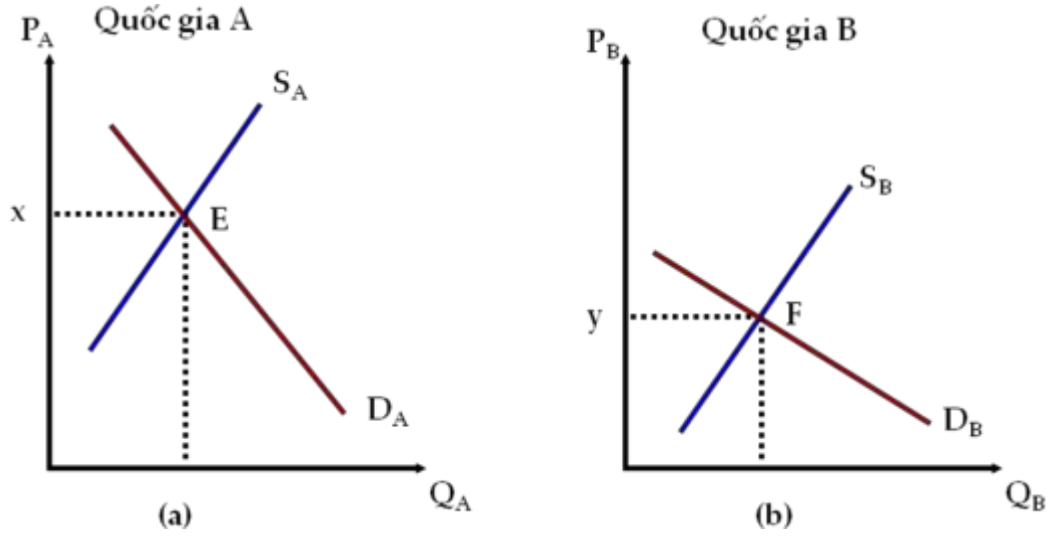
Buôn bán kiếm chênh lệch quốc tế được định nghĩa là sự khai thác hiệu quả sự khác biệt về giá.

Giả sử một thương nhân có thể mua một loại hàng hóa (ví dụ hàng hóa a) ở quốc gia A với giá x đôla trên một đơn vị hàng hóa và bán nó ở quốc gia B với giá y đôla trên một đơn vị. Giả thiết chi phí vận tải và chi phí giao dịch là không đáng kể và có thể bỏ qua. Nếu x > y thì điều này sẽ kích thích các thương nhân mua hàng hóa a ở quốc gia B và bán nó ở quốc gia A. Lợi nhuận của hoạt động đó sẽ là (x-y) đôla cho mỗi đơn vị hàng hóa.

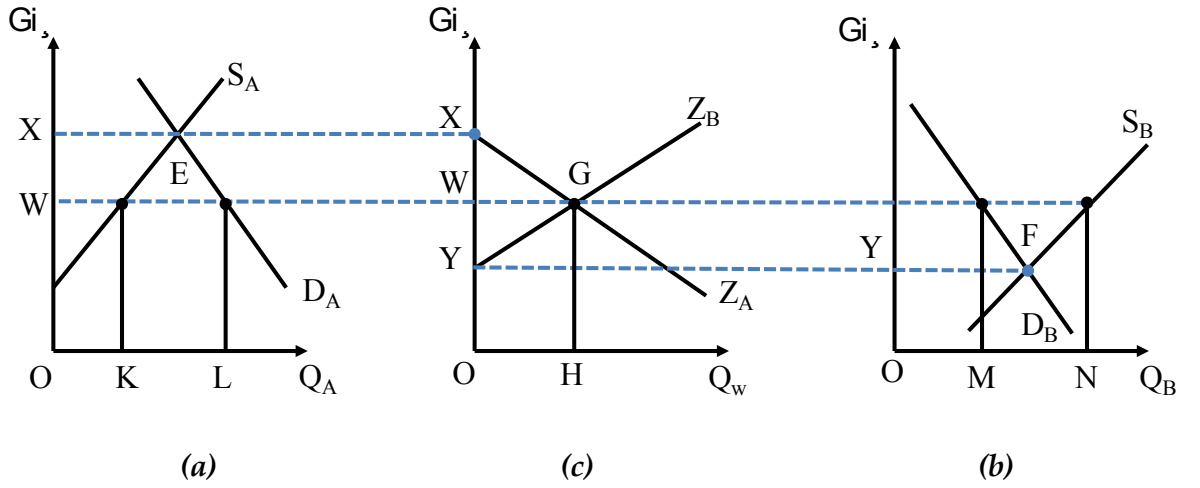
Nếu buôn bán được tiến hành với quy mô vừa phải và do một nhóm ít các nhà buôn thực hiện, lợi ích đạt được do buôn bán vẫn đến với các nhà buôn. Quy mô buôn bán không đủ lớn để ảnh hưởng đến giá hàng hóa a ở quốc gia A và quốc gia B. Song, nếu thị trường buôn bán kiếm chênh lệch tầm quốc tế là tự do, thì lợi nhuận tác động như một nam châm, kéo theo những người khác vào hoạt động buôn bán. Khi không có các chi phí

giao dịch, chi phí phục vụ buôn bán và các hàng rào ngăn cản, hoạt động buôn bán kiếm chênh lệch sẽ tiếp tục tăng chừng nào giá cả loại hàng hóa a ở quốc gia A và quốc gia B chưa hội tụ. Hoạt động buôn bán kinh doanh chênh lệch giá sẽ làm cho giá ở quốc gia A hạ xuống và giá ở quốc gia B tăng lên đến khi chúng cân bằng. Tại điểm này, hoạt động buôn bán kiếm chênh lệch giá sẽ dừng lại. Thế nhưng quy mô buôn bán không đủ lớn để làm cho mức giá cân bằng. Giả sử quy mô buôn bán đủ lớn để làm cho mức giá cân bằng; khi đó thương nhân sẽ dừng hoạt đông buôn bán và sự khác biệt về giá lại tiếp tục xuất hiện. Lúc này giá x khác y, lại lôi cuốn thương nhân vào hoạt động buôn bán. Như vậy hoạt động thương mại quốc tế là hoàn toàn khách quan đem lại lợi ích cho cả hai quốc gia.

Những kết luận trên được minh họa trong các Hình 1.1 và 1.2. Hình 1.1 (a) và 1.1 (b) mô tả những lực lượng về phía cầu và cung cục bộ ở hai nước, tạo ra các mức giá cân bằng khác biệt khi chưa có thương mại. Hình 1.1 (a) cho thấy x là mức giá cân bằng khi chưa buôn bán ở quốc gia A, còn Hình 1.1 (b) cho thấy y là mức giá cân bằng trước thương mại ở quốc gia B. Các đường D_A, D_B, S_A, S_B thể hiện cầu và cung ở hai nước này. Mức giá P_A và P_B là giá tính bằng đôla ở quốc gia A và quốc gia B, Q_A và Q_B là khối lượng được yêu cầu và được sản xuất ở hai nước. Một thương nhân duy nhất, buôn bán với khối lượng nhỏ, rõ ràng sẽ không làm xáo trộn hai mức giá này. Khi không có các hàng rào thương mại, anh ta sẽ kiếm được (x-y) đôla cho mỗi đơn vị buôn bán.



Hình 1.1: Cân bằng trước thương mại (tự cung tự cấp) ở các nước A và B: (a) cân bằng trước thương mại ở E, tại đó P_A = X đôla; (b) là cân bằng trước thương mại ở F, tại đó P_B = y đôla.



Hình 1.2: Cân bằng trước thương mại (tự cung tự cấp) ở các nước A và B: (a) cân bằng trước thương mại của quốc gia A là E, tại đó P_A = X đôla; (b) là cân bằng trước thương mại của quốc gia B là F, tại đó P_B = Y đôla; (c)cân bằng trên thị trường thế giới

Sự buôn bán kiếm chênh lệch ở quy mô lớn, không bị ràng buộc bởi các hàng rào thương mại, được minh họa trong Hình 1.2. Hình 1.2 (b) trình bày lượng cầu quá mức ở nước A, Z_A là số lượng mà cầu trong nước D_A vượt cung trong nước S_A đối với bất kỳ mức giá nào thấp hơn x. Ở nước B, khi giá vượt y thì xuất hiện lượng cung quá mức, hay còn gọi lượng cầu âm quá mức được ký hiệu là Z_B. Nếu thế giới chỉ có hai nước này thì giá cân bằng quốc tế được thiết lập ở mức G, tại đó Z_A và Z_B cắt nhau. Tại mức giá này, lượng cầu quá mức của thế giới sẽ bằng không vì lượng cung quá mức (MN) của nước B bằng lượng cầu quá mức (KL) của nước A.

Giá quốc tế chung là W đôla. Khối lượng buôn bán giữa hai nước là OH, bằng chính khối lượng nhập khẩu KL của A và xuất khẩu MN của B. Mức giá thế giới mới W phải nằm giữa x và y. Nếu các đường Z_A và Z_B là đường thẳng và có cùng độ dốc (theo giá trị tuyệt đối) thì W sẽ bằng (x + y)/2.

Bên cạnh nguyên nhân tìm kiếm lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh chênh lệch giá thì thương mại quốc tế còn diễn ra do một số nguyên nhân khác. Đó là do sở thích (thị hiếu) người tiêu dùng ở mỗi quốc gia là khác nhau. Mặc dù người Mỹ sản xuất ô tô con (xe Ford) song vẫn mua xe hơi Mercedes của Đức. Hay như người tiêu dùng Việt Nam mua tivi JVC của Nhật, người Anh thích uống rượu vang của Pháp... Mỗi quốc gia có những sở thích tiêu dùng khác nhau. Để thỏa mãn sở thích của mình, họ phải thông qua thương mại quốc tế. Sự khác nhau về mặt tài nguyên là một nhân tố ảnh hưởng tới sở thích của người tiêu dùng. Có những nước rất giàu tài nguyên tự nhiên, song lại có những nước lại nghèo tài nguyên. Cũng là đất nước xung quanh là biển (biển bao bọc lấy

đảo và quần đảo và có nhiều sông ngắn của Nhật Bản nhưng chắc chắn là ít cá hơn biển của Việt Nam); Khác với địa hình Nhật Bản, địa hình Việt Nam nối liền một dải từ Bắc xuống Nam, có hơn 3.200 km bờ biển và có nhiều sông dài nên biển Việt Nam có nhiều loại thủy sản hơn và trữ lượng lớn hơn.

Tiếp theo, phải kể đến sự khác nhau về nguồn nhân lực và trình độ sử dụng nguồn nhân lực giữa các quốc gia. Một quốc gia dù giàu có đến đâu cũng không thể có đủ tài nguyên và nguồn nhân lực để sản xuất ra tất cả các loại sản phẩm hoặc nếu cố gắng sản xuất thì cũng không đạt hiệu quả cao vì có sự khác nhau về chi phí sản xuất và giá cả sản phẩm giữa các quốc gia. Do đó, các nước phải trao đổi với nhau thông qua con đường thương mại. Như vậy, thương mại quốc tế dựa trên cơ sở phân công lao động giữa các quốc gia, cho phép mỗi nước có thể phát huy tối đa lợi thế của mình và kết quả là lực lượng sản xuất của thế giới sẽ được sử dụng một cách hiệu quả hơn.

Cùng với sự phát triển của khoa học và tiến bộ của công nghệ, chuyên môn hóa sản xuất ngày càng sâu. Ngày nay, thương mại quốc tế không chỉ diễn ra trên phạm vi quốc gia với quốc gia, mà còn giữa các doanh nghiệp của quốc gia này với các doanh nghiệp của quốc gia khác.

Thương mại có từ thời chế độ chiếm hữu nô lệ nhưng chủ yếu trao đổi trong phạm vi hẹp. Hàng hóa đưa ra trao đổi giữa các quốc gia rất ít, phần lớn tập trung vào các mặt hàng xa xỉ phẩm phục vụ những người giàu có. Ngày nay, khối lượng thương mại thế giới thông qua xuất nhập khẩu tăng lên rất nhanh. Mặc dù vậy, so với tổng hàng hóa trao đổi thì thương mại quốc tế chiếm tỷ trọng chưa cao. Nhưng điều đáng nói là thông qua xuất nhập khẩu, nhu cầu tiêu dùng của mỗi nước về tất cả các mặt hàng đã được đáp ứng với số lượng nhiều hơn, điều mà ở nền kinh tế tự cung tự cấp không bao giờ có được. Đặc biệt đối với nhiều nước phát triển và đang phát triển, nhờ thương mại quốc tế, họ có được cơ hội tạo công ăn việc làm, tăng thu nhập, tạo ra tích lũy, thúc đẩy tăng trưởng, góp phần vào sự thành công của sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Ngày nay, các nước đang trong quá trình chuyển đổi cơ cấu và quốc tế hóa theo hướng hình thành một thị trường thế giới thống nhất, do đó sự phụ thuộc giữa các quốc gia thông qua thương mại ngày càng tăng lên.

1.2. LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI VÀ CHÍNH SÁCH THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

Finger – chuyên gia nổi tiếng từng làm việc tại Ngân hàng Thế giới, người đã động viên, chỉ dẫn và cố vấn cho nhiều thế hệ nhà phân tích chính sách thương mại – đưa ra ý kiến: "*Lý thuyết thương mại nhằm xác định ai đang đút tay vào túi của ai. Chính sách*

thương mại nhằm xác định ai nên nhấc tay đó ra" (Finger, 1981). Theo ý kiến của nhiều chuyên gia kinh tế, lý thuyết và chính sách thương mại quốc tế đều quan trọng. Để có một chính sách thương mại phù hợp đáp ứng yêu cầu phát triển của mỗi quốc gia, các thương nhân, nhà nghiên cứu và nhà hoạch định chính sách cần phải hiểu về các lý thuyết thương mại quốc tế.

1.2.1. Lý thuyết thương mại quốc tế

Câu hỏi đặt ra ở đây, lý thuyết thương mại quốc tế là gì? Đó là những lý thuyết giải thích cơ sở khoa học hình thành thương mại quốc tế và lợi ích đạt được của các chủ thể tham gia quá trình này. Lý thuyết thương mại phát triển từ đơn giản đến phức tạp và ngày càng hoàn thiện. Theo thời gian và theo tiến trình phát triển có thể chia thành ba nhóm lý thuyết: lý thuyết thương mại cổ điển, lý thuyết thương mại tân cổ điển và lý thuyết thương mại hiện đại. Lý thuyết thương mại mang tính khách quan; tuy nhiên khách thể được nhìn nhận hay được phát minh qua lăng kính của các nhà kinh tế nên tùy theo mức độ có cả tính chủ quan. Việc nghiên cứu các lý thuyết thương mại quốc tế có ý nghĩa đối với mỗi quốc gia cả trên phương diện lý luận và thực tiễn.

1.2.2. Chính sách thương mại quốc tế

Theo *Từ điển Chính sách thương mại quốc tế* (Walter Goode, 1997), chính sách thương mại (trade policy) là "*Một hệ thống hoàn chỉnh bao gồm luật lệ, quy định, hiệp định quốc tế và các quan điểm đàm phán được chính phủ thông qua để đạt được mở cửa thị trường hợp pháp cho các công ty trong nước. Chính sách thương mại cũng nhằm xây dựng luật lệ giúp cho các công ty có khả năng dự đoán trước và đảm bảo an toàn cho mình. Thành phần chính của chính sách thương mại là đãi ngộ tối huệ quốc, đãi ngộ quốc gia, tính công khai và trao đổi ưu đãi. Để phát huy được hiệu lực, chính sách thương mại cần có sự hỗ trợ của chính sách trong nước để khuyến khích đổi mới và nâng cao tính cạnh tranh quốc tế, và cần có độ linh hoạt và thực dụng trong quá trình thực hiện*."

Theo Hoekman và Kostecke (1995), chính sách thương mại là chính sách quốc gia dùng để phân biệt đối xử đối với các nhà sản xuất nước ngoài. Nói cách khác, chính sách thương mại đại diện cho quy mô quốc tế của chính sách quốc gia vì lý do nội địa. Căn cứ vào nguyên tắc, các công cụ mà các nước sử dụng, các hiệp định giữa các nước đã được ký kết để điều tiết hoạt động thương mại quốc tế và các quan điểm của các quốc gia đối với hoạt động xuất nhập khẩu, có thể phân chính sách thương mại quốc tế đi theo hai xu hướng: xu hướng tự do thương mại và xu hướng bảo hộ thương mại. Những quan điểm, công cụ, biện pháp khuyến khích, tạo điều kiện cho thương mại phát triển gọi là chính sách tự do thương mại. Còn những quan điểm, công cụ, biện pháp hạn chế nhập khẩu nhằm bảo hộ sản xuất trong nước gọi là chính sách bảo hộ thương mại.

Trong thực tế, không có một quốc gia nào hoàn toàn tự do thương mại và bảo hộ thương mại mà kết hợp đan xen với nhau tùy theo bối cảnh quốc tế, quan hệ đối tác và điều kiện cụ thể của từng nước. Theo xu hướng tự do hóa và vì lợi ích của chính các quốc gia, các nước buộc phải mở cửa thị trường, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu ra thị trường nước ngoài.

1.3. CƠ CHẾ ĐIỀU TIẾT THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

Theo quan hệ cung cầu quốc tế, hàng hóa được đem ra trao đổi, mua bán nhằm thỏa mãn bên mua và bên bán; nhưng điều đó không có nghĩa thương mại quốc tế là hoàn toàn tự do mà có sự quản lý của nước bán và nước mua. Khi có nhiều nước tham gia thương mại quốc tế thì vấn đề buôn bán sẽ phức tạp hơn: chẳng hạn, nhiều nước có nhu cầu bán và nhiều nước có nhu cầu mua; sẽ nảy sinh vấn đề cạnh tranh bán, cạnh tranh mua và rất nhiều vấn đề khác cần phải được điều tiết và giải quyết như thế nào? Vấn đề thương mại quốc tế sẽ tác động như thế nào đối với sản xuất và tiêu dùng của mỗi quốc gia? Do đó cần phải có hiệp định chung giữa các nước và cao hơn, cần có một tổ chức điều tiết trên quy mô toàn cầu. Tổ chức thực hiện việc điều tiết đó là WTO – cơ quan đề ra luật chơi của thương mại toàn cầu.

1.4. CÁC XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHỦ YẾU CỦA THẾ GIỚI ẢNH HƯỞNG TỚI THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

Thế giới đang bước sang thiên niên kỷ mới với những biến đổi sâu rộng, phức tạp, nhanh chóng trên hầu hết các lĩnh vực chính trị, kinh tế, xã hội. Các xu hướng phát triển cơ bản của thế giới trong những thập kỷ qua và thời gian tới sẽ ảnh hưởng đến các lĩnh vực đó và tất yếu ảnh hưởng đến thương mại quốc tế.

1.4.1. Xu hướng hòa bình hợp tác vì sự tiến bộ và sự phát triển

Trong thế kỷ XX đã diễn ra một số cuộc chiến tranh và đối đầu giữa các siêu cường, như Chiến tranh thế giới thứ nhất (1914-1918) và Chiến tranh thế giới thứ hai (1939-1945). Các cuộc chiến tranh và đối đầu đã gây ra những hậu quả nghiêm trọng cho cả thế giới không chỉ trong thế kỷ XX mà còn kéo dài cho đến những thế kỷ sau. Cuộc chạy đua vũ trang trong Chiến tranh Lạnh đã đưa nhân loại tới bờ vực của thảm họa hạt nhân. Các lực lượng hòa bình và tiến bộ của thế giới đã liên tục đấu tranh ngăn chặn nguy cơ đó, và đến thập niên 1990, các siêu cường chấm dứt thời kỳ Chiến tranh Lạnh và tăng cường kiểm soát việc chạy đua vũ trang.

Trước đây chiến tranh là một trong những giải pháp thường được lựa chọn để giải quyết các cuộc xung đột, bất đồng giữa các khu vực, quốc gia, tuy nhiên từ sau

Chiến tranh thế giới thứ hai tình thế đã thay đổi khác hẳn. Chiến tranh không còn là giải pháp để giải quyết tốt các bất đồng và xung đột. Các quốc gia, đặc biệt là các cường quốc, ngày càng nhận thức được rằng hòa bình, ổn định, đối thoại và hợp tác là con đường tốt nhất để giải quyết những bất đồng và xung đột giữa các quốc gia (dù nước đó lớn hay nhỏ).

Những thành công trong quá trình phát triển kinh tế của Nhật Bản và các nước công nghiệp hóa mới châu Á đều diễn ra trong thời kỳ mà các quốc gia này chi phí cho quốc phòng ở mức thấp.

Tuy nhiên, bên cạnh xu hướng hòa bình và ổn định, đối thoại và hợp tác, thế giới đang tồn tại không ít nguy cơ. Thứ nhất, đó là cuộc chiến tranh sắc tộc và tôn giáo, nổi bật với cuộc chiến tranh kéo dài ở Nam Tư, Afghanistan, khu vực Trung Đông và gần đây là cuộc chiến tranh giữa liên quân Mỹ - Anh với Iraq… Thứ hai, lực lượng phản động dưới các hình thức khác nhau như chủ nghĩa dân tộc cực đoan, phát xít, chủ nghĩa thực dân, chủ nghĩa khủng bố vẫn tồn tại và hoạt động rải rác ở các quốc gia trên thế giới với mức độ mạnh yếu khác nhau. Thứ ba, các tổ hợp quân sự hùng mạnh đang nắm giữ, sản xuất và tiêu thụ khối lượng vũ khí to lớn, kích động, nuôi dưỡng chiến tranh và gây mất ổn định tình hình thế giới. Thứ tư, các tổ chức tội phạm đang hoạt động phá hoại bộ máy nhà nước, gây bất ổn chính trị. Cuối cùng, nguy cơ về đói nghèo, bệnh AIDS, các bệnh dịch do vi rút gây ra và ô nhiễm môi trường gây thiệt hại lớn cho kinh tế - xã hội.

Những nguy cơ trên vẫn đang hiện hữu và gây tác động tiêu cực song chúng không thể ngăn chặn được xu hướng hòa bình, đối thoại và hợp tác vì sự tiến bộ và sự phát triển.

1.4.2. Xu hướng chuyển sang cơ sở công nghệ mới có tính toàn cầu

Công nghệ mà nhân loại đang sử dụng cho đến ngày nay là công nghệ dựa trên cơ sở kỹ thuật cơ khí hóa và tự động hóa sử dụng các nguồn tài nguyên thiên nhiên có hạn và các nguồn tài nguyên đó đang gây ô nhiễm môi trường. Nền công nghiệp này đã tạo ra những khu công nghiệp vĩ đại, những thành phố công nghiệp lớn chưa từng có trong lịch sử. Văn minh công nghiệp đang lan tỏa khắp thế giới. Tuy nhiên trong những năm gần đây, các nền kinh tế công nghiệp phát triển này đã và đang gặp phải những giới hạn về tài nguyên thiên nhiên có hạn không thể tái sinh, tiêu tốn năng lượng, hiệu ứng nhà kính, môi trường ô nhiễm, biến đổi khí hậu, v.v… Chính những giới hạn đó đã đẩy nền kinh tế thế giới bước vào suy thoái trong những năm đầu thập niên 1990. Theo báo cáo của Hội đồng Kinh tế - Xã hội của Liên Hợp Quốc ngày 29 tháng 6 năm 1992 thì năm 1991, lần đầu tiên kể từ sau Chiến tranh thế giới thứ hai tổng sản phẩm của thế giới

tính theo đầu người giảm 2%. Nhiều nhà nghiên cứu cảnh báo: "Nền văn minh công nghiệp đã đi vào ngõ cụt" bởi công nghệ truyền thống không thể tăng cao năng suất lao động xã hội và tăng trưởng cao đồng nghĩa với sử dụng nhiều tài nguyên, gây ô nhiễm môi trường.

Con đường duy nhất để thoát ra khỏi các giới hạn, khắc phục tình trạng suy thoái kinh tế toàn cầu trong thời kỳ đó là phát triển công nghệ mới có sự thay đổi về chất và mang tính toàn cầu. Vậy cơ sở công nghệ mới có sự thay đổi về chất là gì, xuất hiện từ khi nào và tác động ra sao đối với nền kinh tế thế giới?

Thực chất các công nghệ mới có sự thay đổi về chất đã xuất hiện những năm gần đây và theo các hướng sau:

- Các loại sản phẩm mềm và người máy công nghiệp đã được sản xuất ồ ạt và sử dụng trong các ngành công nghiệp; mở ra thời kỳ tự động hóa lao động không chỉ trong lao động chân tay mà cả lao động trí óc.
- Công nghệ tin học viễn thông đang phát triển bao gồm: kỹ thuật tin học, dây dẫn cáp quang, vệ tinh viễn thông, tạo ra các xa lộ thông tin toàn cầu.
- Công nghệ vật liệu mới có khả năng tái sinh và không gây ô nhiễm môi trường, tạo ra những sản phẩm có kích thước nhỏ, tiêu tốn ít năng lượng và hàm lượng chất xám trong hàng hóa cao.
- Công nghệ sinh học và các thành tựu về gien, di truyền, lai tạo giống... đang thúc đẩy các ngành nông nghiệp, y học, sinh học, hóa học phát triển và phục vụ thiết thực cho nhu cầu của con người và xã hội.
- Công nghệ vũ trụ, giao thông vận tải mở rộng không gian của các nền kinh tế xuống đáy đại dương và trong không gian.

Nhân loại đang trong quá trình quá độ từ văn minh công nghiệp sang văn minh hậu công nghiệp. Cơ sở của văn minh công nghiệp là điện khí hóa và cơ khí hóa. Nhờ có văn minh công nghiệp, khoảng cách giữa thành thị và nông thôn đã được rút ngắn. Không chỉ thế, khoảng cách địa lý giữa quốc gia này và quốc gia khác, giữa châu lục này với châu lục khác không còn là rào cản đối với quá trình sản xuất và lưu thông. Thời gian giao tiếp và quan hệ kinh tế trên phạm vi toàn cầu được rút ngắn, không gian sản xuất được mở rộng. Còn cơ sở của văn minh hậu công nghiệp là tin học hóa và tự động hóa. Nền văn minh này đã làm thay đổi căn bản phương thức quản lý và kỹ thuật sản xuất và hoạt động buôn bán.

Các xa lộ thông tin, liên lạc viễn thông, vận tải toàn cầu phát triển thu hẹp khoảng cách giữa các quốc gia, thúc đẩy toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế cũng như sự truyền bá kiến thức. Công nghệ sinh học phát triển sẽ tạo ra các giống và loại men

mới góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống, giải quyết căn bản nhu cầu lương thực, thực phẩm. Các nguồn năng lượng mới như năng lượng mặt trời, năng lượng gió, thủy triều, địa nhiệt... sẽ được sử dụng rộng rãi để thay thế cho than đá và dầu mỏ. Nền kinh tế thế giới sẽ mở rộng không gian. Thương mại quốc tế sẽ gia tăng quy mô, thị trường mở rộng, cơ cấu sản phẩm thay đổi và thu hút nhiều chủ thể tham gia.

1.4.3. Xu hướng khu vực hóa và toàn cầu hóa

Khu vực hóa và toàn cầu hóa là đặc điểm nổi bật trong sự phát triển của nền kinh tế thế giới hiện đại. Xu hướng khu vực hóa và toàn cầu hóa đang và sẽ ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự phát triển của nền kinh tế thế giới và quan hệ kinh tế quốc tế nói chung cũng như nền kinh tế Việt Nam nói riêng.

"*Toàn cầu hóa kinh tế thế giới là một xu hướng khách quan do tác động của sự phát triển của lực lượng sản xuất. Những thập niên cuối thế kỷ XX, cuộc cách mạng khoa học và công nghệ hiện đại đã đẩy nhanh tốc độ chu chuyển vốn, hàng hóa, dịch vụ, chuyển giao công nghệ trong phạm vi toàn cầu, xuất hiện nhiều hiện tượng mới như thương mại điện tử, đồng tiền ảo, nền kinh tế số..., kéo theo sự ra đời lý thuyết mới về kinh tế, đòi hỏi các dân tộc trên thế giới phải có tư duy mới đối với thách thức và cơ hội trong quá trình phát triển.*"[1]

Toàn cầu hóa sẽ trở thành xu thế phát triển nổi bật và là xu thế quan trọng nhất của phát triển kinh tế thế giới trong thế kỷ XXI. Liên kết khu vực là một bước đi của quá trình toàn cầu hóa. Quốc tế hóa kinh tế tất yếu dẫn đến sự hình thành nền kinh tế toàn cầu, nền tảng của một thời đại mới, thời kỳ văn minh hậu công nghiệp. Xu hướng đó đòi hỏi những yêu cầu khách quan là:

Thứ nhất, nền công nghệ toàn cầu ra đời và phát triển, trước hết phải kể đến vai trò của tin học, viễn thông liên lạc, vận tải. Sự phát triển của các công nghệ này đã làm cho khoảng cách giữa các quốc gia, các khu vực bị thu hẹp. Có thể nói đây là cơ sở quan trọng đầu tiên.

Thứ hai, quan hệ kinh tế quốc tế, trước hết là các quan hệ thương mại, đầu tư vượt ra khỏi biên giới của các quốc gia và đang đòi hỏi một không gian toàn cầu không có biên giới cho các quan hệ đó hoạt động.

Thứ ba, các vấn đề toàn cầu xuất hiện ngày càng nhiều không chỉ trên lĩnh vực kinh tế mà cả trên lĩnh vực chính trị và an ninh, văn hóa xã hội, đòi hỏi từng quốc gia phải tích cực phối hợp, nỗ lực giải quyết những vấn đề có tính toàn cầu.

---

[1] Nguyễn Mại (2000), "Hội nhập kinh tế với thế giới: Vấn đề và giải pháp," *Tạp chí Cộng sản*, số 5, tr17.

Những yếu tố khách quan trên đã phát triển rất nhanh chóng và đang thúc đẩy mạnh mẽ xu hướng khu vực hóa và toàn cầu hóa. Thực chất của khu vực hóa và toàn cầu hóa là sự hội nhập khu vực và toàn cầu trên tất cả các lĩnh vực, mà trước hết là lĩnh vực kinh tế. Liên minh Châu Âu (EU) đã nêu ra mô hình hội nhập điển hình, trong đó biên giới về kinh tế dường như bị xóa bỏ. Hiện nay thế giới đang hình thành các thể chế liên minh về chính trị, an ninh, văn hóa và xã hội. Sau EU đã có tới hơn 20 khối kinh tế khu vực với mức độ hội nhập khác nhau, trong đó nổi bật là Khu vực Mậu dịch Tự do Bắc Mỹ (NAFTA), Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC), Khu vực Mậu dịch Tự do ASEAN (AFTA)... Các khối kinh tế này đang bước vào thời kỳ đầu thực hiện tự do hóa thương mại và đầu tư.

1.4.4. Xu hướng chuyển sang kinh tế thị trường và mở cửa

Nhân loại đã trải qua nhiều thế kỷ phát triển kinh tế thị trường, nhưng kinh tế thị trường mới thực sự tồn tại và phát triển ở 29 nước thuộc Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Tại những nước kinh tế thị trường đã phát triển lâu đời ở châu Âu hay đạt trình độ cao như Mỹ, cơ chế thị trường vẫn còn nhiều vấn đề phải hoàn thiện.

Điều người ta quan tâm là làm sao kết hợp được cơ chế thị trường của quốc gia với cơ chế thị trường khu vực và toàn cầu? Vai trò của nhà nước và thị trường trong phát triển kinh tế như thế nào? Bước vào thế kỷ XXI, đặc biệt từ khi Chiến tranh Lạnh kết thúc, các nước từng là nước xã hội chủ nghĩa bác bỏ kinh tế thị trường nay phải thực hiện chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường. Một thực tế đã diễn ra là hầu hết các nước đang phát triển đều cùng chuyển sang kinh tế thị trường. Có thể nói đây là một bước chuyển biến rất căn bản.

Chuyển sang kinh tế thị trường và mở cửa đang trở thành xu hướng nổi bật có tính toàn cầu. Khi mà tất cả các quốc gia đều chuyển sang kinh tế thị trường và mở cửa thì tác động của xu hướng này đối với toàn bộ nền kinh tế thế giới nói chung và thương mại quốc tế nói riêng rất to lớn.

1.4.5. Xu hướng phát triển và lớn mạnh của các công ty xuyên quốc gia

Các công ty xuyên quốc gia (TNC) đang trở thành một lực lượng kinh tế quan trọng trong đời sống thế giới. Các tập đoàn xuyên quốc gia đã có mặt ở hầu hết khắp mọi nơi trên thế giới. Theo số liệu của UNCTAD, năm 2008 có 75.000 tập đoàn xuyên quốc gia với gần 800.000 chi nhánh sản xuất ở nước ngoài, chiếm gần 2/3 tổng khối lượng buôn bán của thế giới, trong đó 1/2 được chu chuyển, buôn bán nội bộ. Theo một nghiên cứu khác của Liên Hợp Quốc, các tập đoàn xuyên quốc gia toàn cầu hiện nay chiếm tới 1/4 sản lượng đầu ra của thế giới, 2/3 thương mại thế giới, 4/5 đầu tư trực tiếp

nước ngoài, 9/10 kết quả nghiên cứu và chuyển giao công nghệ (UNCTAD 1999, 2000, 2004).

Sự bành trướng về quy mô và vai trò ngày càng quan trọng của các TNC xuất phát từ những ưu thế như năng lực tổ chức sản xuất lớn và kinh nghiệm quản lý tiên tiến, có lợi thế về nghiên cứu khoa học, lợi thế to lớn về cạnh tranh tiêu thụ sản phẩm, tiềm lực tài chính hùng hậu được điều phối một cách tự do trên quy mô toàn cầu.

Ngày nay, mỗi TNC có một mạng lưới rộng lớn gồm hàng trăm chi nhánh ở nhiều quốc gia nên rất thuận lợi trong việc lưu thông hàng hóa, vốn, kỹ thuật công nghệ và nguồn nhân lực trên quy mô toàn cầu, đồng thời giúp nó tiết kiệm tối đa chi phí kinh doanh, nắm bắt kịp thời và đáp ứng nhanh nhu cầu của khách hàng.

1.4.6. Khu vực Châu Á - Thái Bình Dương trở thành trung tâm phát triển kinh tế mới của thế giới

Đây là khu vực hội tụ những điều kiện thuận lợi về mặt tự nhiên: vị trí địa lý thuận lợi, nguồn tài nguyên phong phú và nguồn nhân lực dồi dào. Trong những thập kỷ qua, đây được đánh giá là khu vực phát triển kinh tế năng động nhất của thế giới. Theo sáng kiến của Australia, 12 nước thuộc khu vực châu Á và Thái Bình Dương là Mỹ, Canada, Nhật Bản, Hàn Quốc, Brunei, Indonesia, Singapore, Malaysia, Philippines, Thái Lan, Australia và New Zealand đã nhóm họp tại thủ đô Canberra (Australia), thành lập Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (Asia Pacific Economic Cooperation - APEC) vào tháng 11 năm 1989.

Tháng 11 năm 1991, APEC đã kết nạp thêm Trung Quốc, Hồng Kông, Đài Loan và tới tháng 11 năm 1994, kết nạp thêm Chile, Mexico và Papua New Guinea, nâng tổng số thành viên lên 18 nước và vùng lãnh thổ. Tiếp đó, Hội nghị thượng đỉnh thường niên APEC tại Vancouver (Canada) tháng 11 năm 1997 đã quyết định kết nạp thêm Việt Nam, Nga và Peru năm 1998, nâng tổng số thành viên lên 21 nước và vùng lãnh thổ. Như vậy, khu vực châu Á và Thái Bình Dương gồm các nước có tiềm lực kinh tế mạnh nhất nhì thế giới như Mỹ, Nhật Bản và nhiều quốc gia có tốc độ phát triển nhanh nhất thế giới hiện nay như các nước ASEAN, Trung Quốc, v.v... Tổng sản phẩm quốc dân (GNP) của 18 nước thành viên năm 1994 đạt tới 13.400 tỷ đôla, chiếm 1/2 tổng sản phẩm của toàn thế giới. Tổng kim ngạch mậu dịch hàng hóa của APEC chiếm tới 46% tổng kim ngạch mậu dịch toàn cầu (ước tính khoảng 3.400 tỷ đôla). Thương mại trong nội bộ khối cũng chiếm tới 65% tổng kim ngạch của cả khối. Với dân số 2,18 tỷ năm 1993, chiếm 38% dân số thế giới, APEC đã trở thành một thị trường tiêu thụ mạnh cũng như là một trung tâm sản xuất công nông nghiệp đứng hàng đầu thế giới. Từ năm 1994 đến nay, nền kinh tế

thế giới nói chung và các nước APEC nói riêng đã có sự thay đổi rất lớn và phát triển vượt bậc.

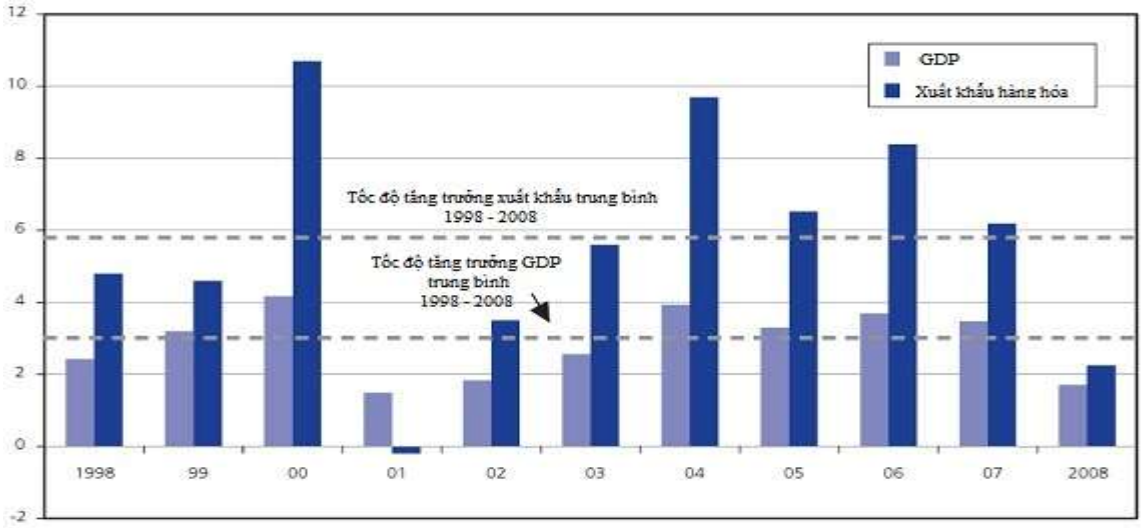
1.5. TÁC ĐỘNG CỦA CÁC XU HƯỚNG ĐỐI VỚI THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

1.5.1. Tốc độ tăng trưởng cao và quy mô buôn bán ngày càng lớn

1.5.1.1. Tốc độ tăng trưởng buôn bán quốc tế cao hơn sản xuất công nghiệp

Nhìn chung tốc độ tăng trưởng buôn bán cao hơn tốc độ tăng trưởng sản xuất công nghiệp. Trong giai đoạn 1963-1973, tốc độ tăng trưởng của sản xuất tất cả các sản phẩm là 6%, nhưng xuất khẩu của thế giới là 9%, tương tự giai đoạn 1970-1979, tương ứng là 4% và 5%, giai đoạn 1980 -1992 là 2,1% và 3,9%.

Biểu đồ 1.1: Tăng trưởng khối lượng thương mại hàng hóa thế giới và GDP, giai đoạn 1998-2008 (thay đổi hàng năm)



Nguồn: Ban Thư ký WTO

Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu của nhóm mặt hàng chế tạo tăng nhanh hơn nhóm mặt hàng nông nghiệp và khoáng sản. Trong giai đoạn 1970-1979, nhóm hàng nông nghiệp tăng 4,5%, khai thác mỏ tăng 1,5% còn chế tạo là 7%; giai đoạn 1980-1992, con số tương ứng là 1,9%, 1% và 5,2%.

Tuy nhiên, thương mại vẫn tăng trưởng nhanh hơn sản lượng thế giới - hiện tượng phổ biến khi sản lượng tăng trưởng dương. Ngược lại, khi sản lượng suy giảm, tăng trưởng thương mại cũng có xu hướng giảm theo, thậm chí giảm mạnh hơn.

Khối lượng thương mại hàng hóa (không bao gồm các biến động giá cả và tỷ giá hối đoái) tăng 2% năm 2008, giảm so với 6% năm 2007. Tăng trưởng năm 2008 thấp hơn mức trung bình 5,7% của thời kỳ 1998-2008. Năm 2008, tăng trưởng thương mại hàng hóa rất gần với tăng trưởng GDP, trong khi các năm trước đó tăng trưởng thương mại vượt GDP (Biểu đồ 1.1).

Năm 2008, ở Nam và Trung Mỹ, xuất khẩu tăng 1,5% và nhập khẩu tăng 15,5%, trong đó nhập khẩu có tốc độ tăng trưởng lớn nhất trong tất cả các khu vực (Bảng 1.1). Nhập khẩu tăng trưởng nhanh hơn GDP trong khi đó sản lượng xuất khẩu tụt lại so với sản lượng đầu ra.

Bảng 1.1: Tốc độ tăng GDP và xuất nhập khẩu hàng hóa theo khu vực, giai đoạn 2006-2008 (% theo các năm tại giá hiện hành)

Các khu vực	GDP			Xuất khẩu			Nhập khẩu		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Thế giới	3,7	3,5	1,7	8,5	6,0	2,0	8,0	6,0	2,0
Bắc Mỹ	2,9	2,1	1,1	8,5	5,0	1,5	6,0	2,0	-2,5
Mỹ	2,8	2,0	1,1	10,5	7,0	5,5	5,5	1,0	-4,0
Nam và Trung Mỹ[a]	6,1	6,6	5,3	4,0	3,0	1,5	15,5	17,5	15,5
Châu Âu	3,1	2,8	1,0	7,5	4,0	0,5	7,5	4,0	-1,0
EU (27)	3,0	2,8	1,0	7,5	3,5	0,0	7,0	3,5	-1,0
CIS	7,5	8,4	5,5	6,0	7,5	6,0	20,5	20,0	15,0
Châu Phi	5,7	5,8	5,0	1,5	4,5	3,0	10,0	14,0	13,0
Trung Đông	5,2	5,5	5,7	3,0	4,0	3,0	5,5	14,0	10,0
Châu Á	4,6	4,9	2,0	13,5	11,5	4,5	8,5	8,0	4,0
Trung Quốc	11,6	11,9	9,0	22,0	19,5	8,5	16,5	13,5	4,0
Nhật Bản	2,0	2,4	-0,7	10,0	9,5	2,5	2,0	1,5	-1,0
Ấn Độ	9,8	9,3	7,9	11,0	13,0	7,0	8,0	16,0	12,5
Các nền kinh tế công nghiệp mới – NIEs (4)[b]	5,6	5,6	1,7	13,0	9,0	3,5	8,0	6,0	3,5

Nguồn: Ban Thư ký WTO.

a. Bao gồm Caribbean

b. Hồng Kông - Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore và Đài Bắc - Trung Quốc

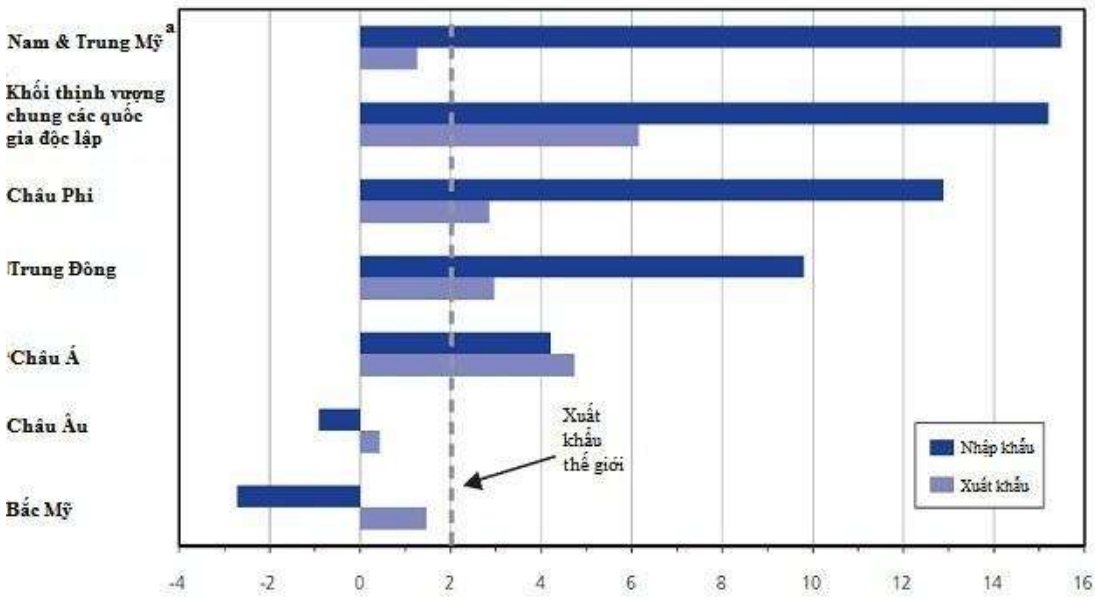
Các khu vực có khối lượng xuất khẩu tăng trưởng nhanh nhất năm 2008 là CIS, tăng 6% so với năm 2007, đồng thời đứng thứ hai về tăng trưởng nhập khẩu toàn cầu, lớn hơn năm trước 15%.

Năm 2008, khối lượng xuất khẩu và nhập khẩu của vùng Trung Đông đã giảm mạnh, xuất khẩu giảm từ 4% năm 2007 xuống còn 3%, nhập khẩu giảm từ 14% xuống còn 10%. Trong năm này, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu và nhập khẩu của châu Phi cũng chậm lại, xuất khẩu giảm từ 4,5% năm 2007 xuống còn 3%, nhập khẩu giảm từ 14% năm 2007 xuống còn 13%.

Xuất khẩu và nhập khẩu của châu Á giảm mạnh về mặt khối lượng. Tăng trưởng xuất khẩu năm 2008 là 4,5%, giảm so với 11,5% năm 2007 và 13,5% năm 2006. Tăng trưởng nhập khẩu năm 2008 thậm chí còn yếu hơn, chỉ đạt 4%, giảm từ mức 8% trong năm trước đó.

Xuất khẩu của châu Âu tăng trưởng chậm nhất so với các khu vực khác trong năm qua, chỉ tăng 0,5%, so với mức 4% năm 2007. Nhập khẩu năm 2008 giảm 1% so với năm 2007. Xuất khẩu của Bắc Mỹ tăng 1,5% năm 2008, trong khi nhập khẩu giảm 2,5%. Cả xuất khẩu và nhập khẩu đã giảm mạnh so với năm 2007 (Biểu đồ 1.2).

Biểu đồ 1.2: Tăng trưởng thực của thương mại hàng hóa theo khu vực, năm 2008 (% thay đổi hàng năm)



a: Bao gồm vùng Caribbean

Nguồn: Ban Thư ký WTO

Xuất khẩu hàng hóa thế giới tính theo giá đôla danh nghĩa tăng 15% năm 2008, đạt 15,8 nghìn tỷ đôla, trong khi đó xuất khẩu của các dịch vụ thương mại chỉ tăng 11%, đạt 3,7 nghìn tỷ đôla. Sự tăng trưởng mạnh mẽ của thương mại hàng hóa có thể được giải thích bằng sự tăng giá hàng hóa trong quý đầu của năm 2008, đặc biệt khi chi phí năng lượng tăng 40% (Bảng 1.2).

Bảng 1.2: Xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ thương mại thế giới, năm 2008 (tỷ đôla và %)

	Giá trị	**% thay đổi hàng năm**			
	2008	**2000-2008**	**2006**	**2007**	**2008**
Hàng hóa	15.775	12	16	16	15
Dịch vụ thương mại	3.730	12	13	19	11

Nguồn: Ban Thư ký WTO.

1.5.1.2. Quy mô buôn bán ngày càng lớn và chịu ảnh hưởng của suy thoái kinh tế thế giới

Năm 1992, giá trị xuất khẩu thương mại hàng hóa toàn thế giới đạt 3.765,1 tỷ đôla, giá trị nhập khẩu là 3.775,5 tỷ đôla; nhưng đến năm 2002, giá trị xuất khẩu đã tăng lên 6.455,0 tỷ đôla (so với năm 1992 tăng 71,44%), giá trị nhập khẩu đạt 6.693,0 tỷ đôla (so với năm 1992 tăng 77,27%).

Bảng 1.3: Thương mại thế giới năm 1992 chia theo các nước và khu vực (tỷ đôla)

Quốc gia/Khu vực	**Giá trị xuất khẩu**	**Tỷ lệ %**	**Giá trị nhập khẩu**	**Tỷ lệ %**
Mỹ	448,2	11,9	553,9	14,7
Canada	134,4	3,6	129,3	3,4
Nhật Bản	339,9	9,0	233,2	6,2
EC*	1.449,5	38,5	1.519,6	40,2
Các nước công nghiệp khác	278,1	7,4	267,7	7,4
Các nước đang phát triển	1.115,0	29,6	1.071,8	28,4
Châu Phi	85,3	2,3	82,0	2,2
Châu Á	585,1	15,5	609,4	16,1
Châu Âu	63,2	1,7	82,8	2,2
Trung Cận Đông	154,6**	4,5**	135,7**	3,8**

Tây Bán cầu (Bắc và Nam Mỹ)	130,8	3,5	157,6	4,2
Tổng cộng	3.765,1	100,0	3.775,5	100,0

Nguồn: International Monetary Fund, International Financial Statistics, January 1994, pp. 64,66, and IMF, International Financial Statistics, March 1994, pp. 64-67.

* Luxembourg, Đan Mạch, Pháp, Đức, Hy Lạp, Ireland, Italia, Hà Lan, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha, Anh.

** Số liệu năm 1991.

Ghi chú: Xuất khẩu được tính theo giá FOB (Free On Board), nhập khẩu tính theo giá CIF (Cost, Insurance and Freight).

Từ năm 1992 đến năm 2002, quy mô của thương mại thế giới gia tăng không ngừng. Bảng 1.4 và 1.5 phản ánh các nước xuất khẩu và nhập khẩu hàng đầu của thế giới năm 2002 trong cơ cấu thương mại thế giới.

Bảng 1.4: Các nước xuất khẩu hàng đầu của thế giới năm 2002 trong cơ cấu thương mại thế giới (tỷ đôla Mỹ và %)

Thứ tự	**Các nước xuất khẩu**	**Giá trị**	**% tổng số**	**Thay đổi so với năm trước**
1	Mỹ	693,9	10,7	-5
2	Đức	613,1	9,5	7
3	Nhật Bản	416,7	6,5	3
4	Pháp	331,8	5,1	3
5	Trung Quốc	325,6	5,0	22
6	Anh	279,6	4,3	3
7	Canada	252,4	3,9	-3
8	Italia	251,0	3,9	4
9	Hà Lan	244,3	3,8	6
10	Bỉ	214,0	3,3	12
...	...			
	Thế giới	**6455,0**	**100,0**	**4**

Nguồn: International Trade Statistics 2003 – WTO.

Bảng 1.5: Các nước nhập khẩu hàng đầu của thế giới năm 2002 trong cơ cấu thương mại thế giới (tỷ đôla Mỹ và %)

Thứ tự	Các nước nhập khẩu	Giá trị	% tổng số	Thay đổi so với năm trước
1	Mỹ	1.202,4	18,0	2
2	Đức	493,7	7,4	2
3	Anh	345,3	5,2	4
4	Nhật Bản	337,2	5,0	-3
5	Pháp	329,3	4,9	0
6	Trung Quốc	295,2	4,4	21
7	Italia	243,0	3,6	4
8	Canada	227,5	3,4	0
9	Hà Lan	219,8	3,3	5
10	Hồng Kông – Trung Quốc	207,2	3,1	3
...	...			
	Thế giới	**6.693,0**	**100,0**	**4**

Nguồn: International Trade Statistics 2003 – WTO.

Năm 2008 cũng thiết lập nhiều kỷ lục mới liên quan đến sự đóng góp của các nền kinh tế đang phát triển đối với thương mại thế giới, trong đó xuất khẩu tăng, chiếm 38% tổng số kim ngạch xuất khẩu thế giới và nhập khẩu tăng, đạt tới 34%. Xuất khẩu hàng hóa của Đức năm 2008 đạt 1,47 nghìn tỷ đôla, chỉ lớn hơn một ít so với 1,43 nghìn tỷ đôla của Trung Quốc. Như vậy, Đức vẫn chiếm giữ vị trí là nước xuất khẩu hàng hóa hàng đầu thế giới. Tuy nhiên, tỷ lệ đóng góp vào xuất khẩu thế giới của Đức lại giảm từ 9,5% năm 2007 xuống 9,1% năm 2008 (Phụ lục 3). Trung Quốc là nước xuất khẩu lớn thứ hai, với kim ngạch xuất khẩu đạt 1,43 nghìn tỷ đôla, chiếm 8,9% tổng kim ngạch xuất khẩu thế giới. Nước xuất khẩu lớn tiếp theo là Mỹ (1,3 nghìn tỷ đôla, tương đương 8,1% xuất khẩu thế giới), Nhật Bản (782 tỷ, chiếm 4,9%) và Hà Lan (634 tỷ, chiếm 3,9%).

Mỹ tiếp tục dẫn đầu là nước nhập khẩu hàng hóa lớn nhất thế giới, trị giá 2,17 nghìn tỷ đôla (tương đương 13,2% tổng kim ngạch nhập khẩu thế giới). Đức là nước nhập khẩu hàng hóa lớn thứ hai, chiếm 7,3% tỷ trọng nhập khẩu thế giới với giá trị 1,21 nghìn tỷ đôla. Các nước nhập khẩu lớn tiếp theo là Trung Quốc (1,13 tỷ nghìn đôla, chiếm 6,9% nhập khẩu thế giới), Nhật Bản (762 tỷ đôla, chiếm 4,6%) và Pháp (708 tỷ đôla, chiếm 4,3%).

Nếu 27 thành viên của EU được coi là một khối chung (không bao gồm thương mại nội bộ EU) thì 5 nước xuất khẩu hàng đầu thế giới là EU (15,9% xuất khẩu thế giới), Trung Quốc (11,8%), Mỹ (10,7%), Nhật Bản (6,4%) và Nga (3,9%). Năm 2008, xuất khẩu từ EU trị giá 1,93 nghìn tỷ đôla (Phụ lục 4).

Một trong những ngành bị ảnh hưởng nhiều nhất của suy thoái toàn cầu là ngành công nghiệp ô tô. Xuất khẩu sản phẩm ô tô của Nhật Bản giảm 18% năm 2008, còn Mỹ giảm 30% trong quý IV năm 2008. Sản phẩm ô tô chiếm 12% tổng lượng hàng hóa xuất khẩu của các nước phát triển năm 2007.

Tương tự xuất khẩu hàng hóa, xuất khẩu dịch vụ cũng giảm trong quý IV năm 2008 so với cùng kỳ năm trước đó, mặc dù ít hơn (7-8%) so với mức 12% của thương mại hàng hóa. Xét cả năm 2008, xuất khẩu dịch vụ tăng trưởng chậm hơn so với xuất khẩu hàng hóa (theo cán cân thanh toán), tăng 11% so với 15% của hàng hóa. Xuất khẩu dịch vụ vận tải tăng 15% năm 2008, trong khi dịch vụ du lịch và các dịch vụ thương mại khác đều tăng 10%. Mỹ vẫn là nước xuất khẩu và nhập khẩu dịch vụ lớn nhất, với xuất khẩu đạt 522 tỷ đôla và nhập khẩu đạt 364 tỷ đôla.

1.5.2. Tác động tới xu hướng phát triển của thương mại

Biên giới kinh tế giữa các quốc gia hầu như không còn

Có ba nhân tố quy định xu hướng này. Một là, sự phát triển của mạng lưới thông tin toàn cầu cho phép rất nhiều công ty thâm nhập vào thị trường các khu vực mà trước đó họ không hề biết tới và không có khả năng tiếp thị. Ngược lại, người tiêu dùng ở thị trường các khu vực cũng có thể tiếp cận với các nhà cung cấp thông qua mạng thông tin. Hai là, sự có mặt của các TNC và hệ thống chi nhánh tạo khả năng thâm nhập nhanh chóng vào các thị trường trên thế giới. Ba là, xu hướng khu vực hóa và hình thành các khu mậu dịch tự do đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp chiếm lĩnh thị trường bằng việc dỡ bỏ các hàng rào thương mại.

Sự phát triển các thương hiệu toàn cầu

Toàn cầu hóa thúc đẩy sự giao lưu của các quốc gia trong mọi lĩnh vực. Điều đó khiến cho nhu cầu của người tiêu dùng về hàng hóa và dịch vụ ở các quốc gia khác nhau có xu hướng xích lại gần nhau hơn. Đây là động lực khiến các nhà cung cấp hàng hóa và dịch vụ sản xuất các mặt hàng có cùng tiêu chuẩn với số lượng lớn, giá thành thấp. Hiện tượng này thúc đẩy sự phát triển các thương hiệu toàn cầu. Các thương hiệu về ô tô, máy ảnh, máy điều hòa, máy giặt… của Nhật Bản đã có mặt khắp nơi trên thế giới. Ngày

nay máy tính IBM không chỉ được sản xuất ở Mỹ, Nhật Bản, mà còn được sản xuất ở nhiều nước trên thế giới.

Thị trường ngày càng trở nên đa dạng và phân khúc rõ rệt

Toàn cầu hóa và tiến bộ công nghệ một mặt thúc đẩy quá trình tiêu chuẩn hóa sản phẩm và hình thành các thương hiệu toàn cầu, mặt khác làm cho thị trường được chia thành nhiều phân khúc khác nhau theo nhu cầu của người tiêu dùng. Người tiêu dùng vừa có xu hướng mua các sản phẩm hoàn chỉnh đạt tiêu chuẩn nhưng lại vừa muốn mua những chi tiết, bộ phận của sản phẩm nhằm đáp ứng một nhu cầu cụ thể nào đó. Ngoài ra, do thu nhập và trình độ học vấn ngày càng tăng, cộng với khả năng tiếp cận dễ dàng với các nguồn thông tin, nhu cầu người tiêu dùng ngày càng trở nên đa dạng và phong phú.

Sản phẩm trở nên đa dạng và đổi mới nhanh chóng

Bất cứ nhu cầu nào về sản phẩm cũng có thể được đáp ứng nhờ sự phát triển của khoa học và công nghệ. Do đó, sản phẩm trở nên đa dạng và phong phú. Tiến bộ khoa học và công nghệ luôn đem đến sự đổi mới và phát triển ở tầm cao hơn. Kết quả là sản phẩm ngày càng nhiều và tính năng, chất lượng có xu hướng tăng. Cùng là máy ảnh hiệu Canon, trong khi Canon được sản xuất ở Mỹ về cơ bản giống với Canon được sản xuất tại Nhật thì vẫn có điểm khác biệt và chắc chắn sẽ khác xa rất nhiều so với Canon được sản xuất ở Malaysia, Thái Lan, Trung Quốc và Việt Nam. Công dụng của máy ảnh về cơ bản là như nhau nhưng được sản xuất ở các nước khác nhau nên giá cả cũng khác nhau. Năm 1998, đầu video ở Nhật Bản phổ biến là đầu sử dụng băng từ và ở Việt Nam cũng vậy; nhưng chỉ 5 năm sau và tính đến hiện nay, đầu dùng băng từ đã biến mất ở hầu hết các nước và thay bằng đầu chạy đĩa CD, VCD. Tương tự, trước đây máy ảnh cơ được dùng phổ biến, nay máy ảnh kỹ thuật số đã thay thế với nhiều ưu thế nổi trội hơn.

Thương mại điện tử trở nên phổ biến

Hệ thống Internet, toàn cầu hóa hệ thống tài chính ngân hàng và tự do hóa thương mại là những nhân tố then chốt hình thành thương mại điện tử. Ngày nay với sự tiến bộ của khoa học và công nghệ, khách hàng có thể tìm thấy thông tin về sản phẩm và nhà sản xuất thông qua Internet. Hàng hóa và dịch vụ sẽ đến được với người tiêu dùng thông qua mạng lưới dịch vụ hoàn hảo của các TNC.

Bảng 1.6: Tăng trưởng sản xuất và thương mại thế giới, giai đoạn 1963-1992 (tỷ lệ % thay đổi trung bình hàng năm trong tổng số)

	1963-1973	**1970-1979**	**1980-1992**	**1992**
Sản xuất				
Tất cả sản phẩm	6%	4%	2,1%	0,5%
Nông nghiệp	2,5	2,0	2,1	1,0
Khai thác mỏ	5,5	2,5	0,1	0,0
Chế tạo	7,5	4,5	2,5	1,0
Xuất khẩu				
Tất cả sản phẩm	9%	5%	3,9%	4,0%
Nông nghiệp	14,0	4,5	1,9	4,5
Khai thác mỏ	7,5	1,5	1,0	3,5
Chế tạo	11,5	7,0	5,2	4,0

Nguồn: General Agreement on Tariffs and Trade (GATT), *International Trade* 1985-86 (Geneva, 1986), p. 13; GATT, *International Trade* 1988-89, I (Geneva, 1989) p. 8; GATT, *International Trade* 1993: Statistics (Geneva, 1993), p. 2.

1.5.3. Tác động tới chuyển dịch cơ cấu hàng hóa

Dưới tác động của các xu hướng trên, thị trường thế giới trong tương lai sẽ phát triển theo những hướng sau:

Thương mại dịch vụ đóng vai trò quan trọng trong thương mại thế giới

Kinh tế ngày càng phát triển, thu nhập có xu hướng tăng, nhu cầu của con người tăng và nhu cầu về các loại dịch vụ thường rất lớn. Đồng thời, sự tiến bộ của công nghệ và sự thay đổi của cơ cấu kinh tế biến thương mại dịch vụ thành một ngành kinh tế quan trọng trong thế kỷ XXI. Sự thay đổi này có ý nghĩa đặc biệt vì các ngành dịch vụ hết sức cần thiết đối với nền kinh tế quốc dân cũng như đối với nhu cầu con người. Trong những năm 1990, khối lượng thương mại dịch vụ và gần đây là thương mại điện tử tăng liên tục ở nhiều nước. Chi phí truyền thông, vận tải giảm nhờ những tiến bộ công nghệ và tiêu chuẩn hóa trên quy mô quốc tế đã góp phần vào sự tăng trưởng này. Việc giảm chi phí sẽ kích thích nhu cầu sử dụng dịch vụ. Đồng thời, sự tiến bộ của công nghệ đã tạo ra những sản phẩm hàng hóa và dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu càng gia tăng của con người.

Xu hướng tự do hóa thương mại nói chung và tự do hóa thương mại dịch vụ nói riêng đã góp phần thúc đẩy tăng trưởng nền kinh tế thế giới. Hầu hết các ngành đều sử dụng dịch vụ làm đầu vào và đầu ra cho sản xuất.

Một trong những kết quả của vòng đàm phán Uruguay, có hiệu lực từ ngày 1/1/1995 là Hiệp định chung về thương mại trong dịch vụ (General Agrrement on Trade in Services - GATS).

Tính trong năm 2008, xuất khẩu dịch vụ thương mại của thế giới tăng 11%, đạt 3,7 nghìn tỷ đôla. Loại hình dịch vụ tăng trưởng nhanh nhất là vận tải (tăng 15%), tiếp theo là du lịch (10%) và các dịch vụ thương mại khác (10%). Các dịch vụ thương mại khác, bao gồm cả dịch vụ tài chính, chiếm hơn một nửa tổng giá trị xuất khẩu (51%), trong khi du lịch và vận tải chiếm khoảng một phần tư tổng gía trị xuất khẩu (lần lượt là 25% và 23%) (Bảng 1.7).

Bảng 1.7: Xuất khẩu một số loại dịch vụ chính của thế giới, năm 2008 (tỷ đôla và %)

	Giá trị	**% thay đổi hàng năm**			
	2008	**2000-2008**	**2006**	**2007**	**2008**
Dịch vụ thương mại	3.730	12	13	19	11
+ Dịch vụ vận tải	875	12	10	20	15
+ Du lịch	945	9	10	15	10
+ Dịch vụ thương mại khác	1.910	14	16	22	10

Nguồn: Ban Thư ký WTO.

Xuất khẩu thương mại dịch vụ của Bắc Mỹ tăng 9%, đạt 603 tỷ đôla, trong khi đó nhập khẩu tăng 6%, và đạt 473 tỷ đôla (Phụ lục 2).

Cuộc khủng hoảng tài chính thể hiện rõ qua số liệu hàng quý về các dịch vụ thương mại của Bắc Mỹ. Thương mại của khu vực này tăng nhanh chóng trong chín tháng đầu năm (xuất khẩu tăng 13% và nhập khẩu tăng 10%) nhưng đột ngột chậm lại trong quý cuối (xuất khẩu giảm 2% và nhập khẩu giảm 3%), trong đó dịch vụ chịu ảnh hưởng nhiều nhất (xuất khẩu giảm 2% và nhập khẩu giảm 6%).

Xuất khẩu dịch vụ thương mại của châu Âu tăng 11%, đạt 1,9 nghìn tỷ đôla, trong khi nhập khẩu tăng trưởng 10%, đạt 1,6 nghìn tỷ đôla.

Các số liệu cho thấy châu Âu cũng chịu tác động mạnh của cuộc khủng hoảng tài chính. Xuất khẩu dịch vụ thương mại của khu vực này tăng 19% trong chín tháng đầu năm nhưng lại giảm 11% vào quý cuối.

Xuất khẩu dịch vụ thương mại của Nam và Trung Mỹ tăng 16% (109 tỷ đôla) trong khi nhập khẩu tăng 20% (117 tỷ đôla). Xuất khẩu của CIS tăng 26% với 83 tỷ đôla trong khi nhập khẩu tăng 25% với 114 tỷ đôla.

Xuất khẩu dịch vụ thương mại của châu Phi tăng 13%, đạt 88 tỷ đôla, còn nhập khẩu tăng 15%, đạt 121 tỷ đôla. Trong năm này, xuất khẩu dịch vụ thương mại từ Trung Đông đã lên tới 94 tỷ đôla, cao hơn 17% so với năm trước. Nhập khẩu đạt 158 tỷ đôla, tăng 13%.

Trị giá xuất khẩu của châu Á là 837 tỷ đôla, cao hơn 12% so với mức năm 2007. Nhập khẩu cũng tăng 12%, đạt tới 858 tỷ đôla.

Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu dịch vụ thương mại của Mỹ là 10%, đạt mức 522 tỷ đôla, đưa nước này trở thành quốc gia xuất khẩu dịch vụ hàng đầu, đóng góp 14% xuất khẩu dịch vụ của thế giới trong năm 2008 (Phụ lục 5). Anh tiếp tục là nước xuất khẩu lớn thứ hai với 7,6% tổng xuất khẩu thế giới, trị giá 283 tỷ đôla. Nước xuất khẩu lớn kế tiếp là Đức (6,3% với 235 tỷ đôla), Pháp (4,1% với 153 tỷ đôla) và Nhật Bản (3,9% với 144 tỷ đôla), trong đó Nhật Bản đã tăng lên một bậc trong bảng xếp hạng và thay thế Tây Ban Nha.

Ban Thư ký WTO ước tính Trung Quốc vẫn ở vị trí thứ bảy với trị giá xuất khẩu đạt được là 137 tỷ đôla (chiếm 3,7% tổng số thế giới). Ấn Độ xếp thứ chín với 2,8% xuất khẩu dịch vụ thế giới, tổng giá trị là 106 tỷ đôla, và Hà Lan thay thế Ireland trở thành nước xuất khẩu lớn thứ mười.

Về nhập khẩu, Mỹ vẫn giữ vị trí dẫn đầu nhập khẩu dịch vụ, tăng 7% với mức 364 tỷ đôla (chiếm 10,5% tổng nhập khẩu thương mại dịch vụ thế giới). Đức là nước nhập khẩu lớn thứ hai với 285 tỷ đôla (8,2% nhập khẩu thế giới). Ba nước nhập khẩu dịch vụ lớn tiếp theo là Anh (199 tỷ đôla, chiếm 5,7% thương mại thế giới), Nhật Bản (166 tỷ đôla, chiếm 4,8%) và Trung Quốc (152 tỷ đôla, chiếm 4,4%). Sự thay đổi duy nhất trong bảng xếp hạng mười nhà nhập khẩu lớn nhất là Hàn Quốc đứng vào vị trí thứ mười, thay thế Hà Lan xuống thứ mười một.

Buôn bán hàng hóa bán thành phẩm chiếm tỷ trọng lớn và ngày càng gia tăng

Toàn cầu hóa và TNC khiến quy trình sản xuất được thực hiện xuyên biên giới, nghĩa là các khâu độc lập của quá trình sản xuất được đặt ở nhiều quốc gia khác nhau. Chi phí thông tin giảm và hệ thống vận tải được cải thiện cho phép phân phối hàng hóa đúng thời hạn và phối hợp sản xuất nhịp nhàng. Các quy tắc thương mại thế giới khuyến khích mạng lưới sản xuất toàn cầu và việc giảm hàng rào thuế quan thúc đẩy thương mại nội bộ công ty gia tăng.

1.5.4. Tác động tới cạnh tranh

Cạnh tranh trên quy mô toàn cầu và trong tất cả các lĩnh vực

Xu hướng tự do hóa thương mại thúc đẩy các quốc gia dần dần mở cửa thị trường trong nhiều lĩnh vực, biên giới quốc gia hầu như không còn. Các nhà sản xuất có thể thâm nhập vào mọi nơi trên thế giới để khai thác những thị trường tiềm năng, điều đó có nghĩa là bất cứ nơi nào cũng diễn ra cạnh tranh nhằm tiêu thụ hàng hóa. Bảo hộ sẽ giảm dần, tiến tới xóa bỏ nhằm phù hợp với xu hướng tự do hóa thương mại, tạo ra một không gian mới cho cạnh tranh.

Mức độ cạnh tranh ngày càng gay gắt

Do nhiều nước có chính sách mở cửa và có nhiều đối tác tham gia quá trình buôn bán khiến cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn. Tiến bộ khoa học công nghệ và mạng lưới thông tin toàn cầu cho phép con người dễ dàng chế tạo ra sản phẩm cùng loại trong thời gian ngắn với chi phí thấp. Đồng thời, người mua có quyền lựa chọn bất cứ các nhà cung cấp hàng hóa và dịch vụ nào nếu như có nhu cầu. Ngày nay, khả năng cạnh tranh của hàng hóa không chỉ được quy định bởi giá cả, chất lượng mà còn bởi nhiều yếu tố khác như chất lượng dịch vụ cung cấp hàng hóa.

Sự chênh lệch về khả năng cạnh tranh giữa các quốc gia ngày càng tăng

Sự chênh lệch về trình độ phát triển công nghệ, thông tin và khả năng sử dụng chúng đã gây nên tình trạng này. Thông tin ngày càng trở thành yếu tố quyết định trong cạnh tranh, mà yếu tố này lại là ưu thế của các nước công nghiệp phát triển. Thêm vào đó, các nước phát triển nắm giữ hầu hết nguồn vốn, công nghệ và lao động có trình độ chuyên môn, đặc biệt là lao động tri thức - là những yếu tố tạo nên các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ có khả năng cạnh tranh cao. Trong khi đó, các nước có trình độ phát triển thấp luôn thiếu những yếu tố này. Do vậy, các nước đang phát triển chỉ có thể tạo ra những sản phẩm ít có khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới.

Thay đổi cơ cấu các hàng hóa có khả năng cạnh tranh

Tiến bộ công nghệ khiến nhiều mặt hàng có khả năng cạnh tranh trước đây được thay thế bởi những sản phẩm mới. Những hàng hóa có khả năng cạnh tranh cao trong những thập kỷ tới là những sản phẩm của các ngành có liên quan hoặc trực tiếp sử dụng các thành tựu của công nghệ thông tin. Đó là các ngành thông tin, truyền thông, dịch vụ ngân hàng, vận tải, lưu trữ dữ liệu, tư vấn, công nghiệp giải trí. Các nước phát triển có ưu thế tuyệt đối trong các lĩnh vực này nhờ khả năng về vốn, công nghệ và trình độ của lực lượng lao động.

Mức độ cạnh tranh của hàng hóa nông sản tăng

Tự do hóa thương mại nông sản trong tương lai và tiến bộ khoa học kỹ thuật làm tăng khả năng cạnh tranh của nông sản có xuất xứ từ các nước đang phát triển nhưng mức độ cạnh tranh của các sản phẩm này trên thị trường thế giới sẽ gay gắt hơn. Ngày càng có nhiều quốc gia đang phát triển tiến hành cải cách kinh tế trong nước, thi hành những biện pháp khuyến khích phát triển nông nghiệp và thu được những thành tựu lớn. Nhờ vậy, khối lượng các mặt hàng nông sản và sản phẩm thô trên thị trường thế giới tăng nhanh.

Một yếu tố nữa thúc đẩy cạnh tranh hàng nông sản là do một số nước phát triển đã sản xuất được mặt hàng nông sản xuất khẩu hoặc sản xuất sản phẩm thay thế.

1.6. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.6.1. Nội dung nghiên cứu

Thương mại quốc tế nghiên cứu những vấn đề lớn sau đây:

1) Những xu hướng phát triển của nền kinh tế thế giới hiện đại và tác động của chúng tới thương mại quốc tế

2) Lý thuyết thương mại quốc tế: Lý thuyết thương mại cổ điển, tân cổ điển, lý thuyết thương mại với chi phí cơ hội tăng, lý thuyết cung – cầu liên quan đến thương mại và một số lý thuyết thương mại khác để làm rõ cơ sở và lợi ích của thương mại quốc tế

3) Những công cụ trong chính sách thương mại và những định chế quốc tế liên quan đến thương mại. Phần này phân tích khía cạnh kinh tế học của thuế quan và những hình thức bảo hộ thương mại khác, đồng thời làm rõ những quan điểm khác nhau của chính sách bảo hộ

4) Vai trò của thương mại quốc tế đối với sự phát triển kinh tế - xã hội và các chiến lược phát triển kinh tế liên quan đến thương mại

5) AFTA và WTO

6) Chính sách thương mại quốc tế của Việt Nam

1.6.2. Phương pháp nghiên cứu

Cũng như Kinh tế quốc tế, nghiên cứu môn học Thương mại quốc tế dựa trên các phương pháp cơ bản như: phân tích và tổng hợp, phương pháp thống kê, phương pháp trừu tượng hóa khoa học (hay còn gọi phương pháp những nhân tố khác không đổi)... Trong đó, phương pháp những nhân tố khác không đổi được sử dụng khá rộng rãi nhằm tìm hiểu bản chất của các vấn đề kinh tế trong một thế giới rộng lớn và phức tạp bằng cách giả định rằng: trừ vấn đề đang nghiên cứu, còn các vấn đề khác không thay đổi.

Ví dụ: Khi nghiên cứu thương mại quốc tế trong một thế giới với hàng trăm quốc gia, sản xuất ra nhiều loại sản phẩm và sử dụng nhiều yếu tố sản xuất, nhưng người ta đã đơn giản hóa thực trạng đó trong một mô hình với nhiều giả thiết. Mô hình đơn giản hóa ở đây là một thế giới chỉ có hai quốc gia, sản xuất hai loại sản phẩm và chỉ bao gồm hai yếu tố sản xuất, với các giả thiết: cạnh tranh hoàn hảo, thương mại tự do, không có chi phí vận chuyển, công nghệ của hai quốc gia là như nhau, v.v...

Thương mại quốc tế liên quan đến các môn học khác như Kinh tế học, Kinh tế quốc tế, Địa lý kinh tế thế giới, v.v... Trong đó Kinh tế học là quan trọng nhất, chính nó là cơ sở, nền tảng để nghiên cứu những vấn đề lý luận của Thương mại quốc tế, đồng thời làm phong phú kiến thức của Kinh tế quốc tế thông qua Thương mại quốc tế, vì Thương mại quốc tế là một bộ phận của Kinh tế quốc tế.

TÓM TẮT

Thương mại quốc tế là một lĩnh vực quan trọng luôn được các quốc gia quan tâm và được sử dụng như là động lực cho sự phát triển. Kinh tế càng phát triển thì quan hệ thương mại càng mở rộng. Các nước công nghiệp phát triển là những nước có thị phần lớn trong khối lượng thương mại toàn cầu. Còn các nước đang phát triển ngày càng đóng vai trò quan trọng trong thương mại quốc tế. Lý thuyết thương mại phát triển từ thấp lên cao, từ đơn giản đến phức tạp và ngày càng được hoàn thiện. Thương mại tự do là phương thức buôn bán hiệu quả nhất, tuy nhiên tất cả các quốc gia đều áp dụng chính sách hạn chế thương mại vì lợi ích của từng quốc gia hay một nhóm các quốc gia. Chính sách thương mại và cải cách chính sách thương mại ngày càng có vai trò quan trọng đối với sự phát triển. Thương mại quốc tế có tốc độ phát triển nhanh và mức tăng trưởng cao hơn so với sản xuất công nghiệp và với quy mô ngày càng lớn. Bên cạnh sự phát triển của thương mại hàng hóa là sự phát triển của thương mại dịch vụ. Ba vấn đề trọng tâm của thương mại là lý thuyết, chính sách và cơ chế điều tiết hoạt động thương mại

trên quy mô toàn cầu. Các xu hướng phát triển cơ bản của nền kinh tế thế giới sẽ tác động đến sự phát triển của thương mại quốc tế. Khi bàn về sự phát triển không thể không đề cập đến các vấn đề của thương mại quốc tế. Các vấn đề lý thuyết và chính sách thương mại cũng như cơ chế điều tiết hoạt động thương mại quốc tế không chỉ được nhiều quốc gia chú ý mà còn được quan tâm nhiều hơn trong các chương trình nghị sự bàn về sự phát triển và hội nhập.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Thương mại quốc tế là gì? Tại sao lại có thương mại quốc tế?
2. Mục đích của hoạt động thương mại quốc tế?
3. Quy mô và vai trò của các nước lớn trong nền thương mại thế giới?
4. Tại sao thương mại dịch vụ có xu hướng tăng? Hãy nêu các dịch vụ thương mại quan trọng?
5. Trình bày khái quát các xu hướng phát triển của nền kinh tế thế giới hiện đại?
6. Các xu hướng phát triển của nền kinh tế thế giới hiện đại đã ảnh hưởng đến thương mại quốc tế như thế nào?
7. Những cơ hội và thách thức của Việt Nam dưới tác động của xu hướng khu vực hóa và toàn cầu hóa?

PHỤ LỤC 1

Thương mại hàng hóa thế giới của từng khu vực và các quốc gia được chọn năm 2008
(Đơn vị tính: tỷ đôla và tỷ lệ %)

	Xuất khẩu					Nhập khẩu				
	Giá trị	% biến đổi hàng năm				Giá trị	% biến đổi hàng năm			
	2008	2000-2008	2006	2007	2008	2008	2000-2008	2006	2007	2008
Thế giới	**15.775**	**12**	**16**	**16**	**15**	**16.120**	**12**	**15**	**15**	**15**
Bắc Mỹ	**2.049**	**7**	**13**	**11**	**10**	**2.909**	**7**	**11**	**6**	**7**
Mỹ	1.301	7	15	12	12	2.166	7	11	5	7
Canada	456	6	8	8	8	418	7	11	9	7
Mexico	292	7	17	9	7	323	7	15	10	9
Phía Nam Trung Mỹ [a]	602	15	21	14	21	595	14	22	25	30
Brazil	198	17	16	17	23	183	15	23	32	44
Các nước phía Nam và Trung Mỹ khác[a]	404	14	23	13	20	413	14	21	23	24
Châu Âu	**6.456**	**12**	**13**	**16**	**12**	**6.833**	**12**	**15**	**16**	**12**
EU (27)	**5.913**	**12**	**13**	**16**	**11**	**6.268**	**12**	**14**	**16**	**12**
Đức	1.465	13	14	19	11	1.206	12	17	16	14
Pháp	609	8	7	11	10	708	10	7	14	14
Hà Lan	634	13	14	19	15	574	13	15	18	16
Italia	540	11	12	18	10	556	11	15	14	10
Anh[b]	458	6	16	-2	4	632	8	17	4	1
CIS	**703**	**22**	**25**	**20**	**35**	**493**	**25**	**30**	**35**	**31**
Liên bang Nga[c]	472	21	25	17	33	292	26	31	36	31
Châu Phi	**561**	**18**	**19**	**18**	**29**	**466**	**17**	**16**	**24**	**27**
Nam Phi	81	13	13	20	16	99	16	26	12	12
Châu Phi (trừ Nam Phi)	481	19	20	17	32	367	18	13	28	31
Các nước xuất khẩu dầu[d]	347	21	21	18	36	137	21	9	31	37
Các nước	133	15	18	15	22	229	16	15	27	28

	Xuất khẩu					Nhập khẩu				
	Giá trị	% biến đổi hàng năm				Giá trị	% biến đổi hàng năm			
	2008	2000-2008	2006	2007	2008	2008	2000-2008	2006	2007	2008
không xuất khẩu dầu										
Trung Đông	**1.047**	**19**	**22**	**16**	**36**	**575**	**17**	**12**	**25**	**23**
Châu Á	**4.355**	**13**	**17**	**16**	**15**	**4.247**	**14**	**16**	**15**	**20**
Trung Quốc	1.428	24	27	26	17	1.133	22	20	21	19
Nhật Bản	782	6	9	10	10	762	9	12	7	22
Ấn Độ	179	20	21	22	22	292	24	21	25	35
NIEs (4)[e]	1.033	10	15	11	10	1.093	10	16	11	17
Các khu vực										
Các nền kinh tế phát triển	6.025	15	20	17	20	5.494	15	17	18	21
MERCOSUR[f]	279	16	16	18	25	259	14	24	31	41
ASEAN[g]	990	11	17	12	15	936	12	14	13	21
EU (27) thương mại nội bộ	1.928	12	11	17	13	2.283	12	16	16	16
Các nước kém phát triển (LDCs)	176	22	25	24	36	157	17	15	24	27

Nguồn: Ban Thư ký WTO.

a) Bao gồm vùng Caribbean. Theo thống kê thương mại toàn cầu năm, 2008.

b) Sự thay đổi trong năm 2007 bị ảnh hưởng bởi sự giảm sút trong liên kết thương mại với những tờ khai thuế giả. Để biết thêm thông tin, tham khảo các lưu chú thương mại hàng tháng của UK (www.statistics.gov.uk/StatBase/Product.asp?vlnk=1119).

c) Nhập khẩu có giá trị f.o.b.

d) Algeria, Angola, Cameroon, Chad, Congo, Equatorial Guinea, Gabon, Libya, Nigeria và Sudan.

e) Trung Hoa Đài Bắc; Hồng Kông, Trung Quốc; Hàn Quốc và Singapore.

f) Thị trường chung Nam Mỹ: Argentina, Brazil, Paraguay và Uruguay.

g) Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á: Brunei, Campuchia, Indonesia, Lào, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thái Lan và Việt Nam.

PHỤ LỤC 2

Xuất khẩu dịch vụ thương mại toàn cầu, năm 2008 (Đơn vị tính: Tỷ đôla và %)

Các nước và khu vực	Xuất khẩu					Nhập khẩu				
	Giá trị	% biến đổi hàng năm				Giá trị	% biến đổi hàng năm			
	2008	2000-2008	2006	2007	2008	2008	2000-2008	2006	2007	2008
Thế giới	**3.730**	**12**	**13**	**19**	**11**	**3.470**	**12**	**12**	**18**	**11**
Bắc Mỹ	**603**	**8**	**12**	**14**	**9**	**473**	**7**	**12**	**9**	**6**
Mỹ	522	8	13	16	10	364	7	12	9	7
Phía Nam và Trung tâm Mỹ[a]	109	11	14	18	16	117	10	14	21	20
Brazil	29	16	21	26	27	44	14	21	28	28
Châu Âu	**1.919**	**13**	**12**	**21**	**11**	**1.628**	**12**	**10**	**19**	**10**
EU (27)	1.738	13	12	21	10	1.516	12	10	19	10
Đức	235	15	16	16	11	285	10	8	15	11
Anh	283	12	13	20	2	199	9	8	16	1
Pháp	153	9	3	15	6	137	11	8	15	6
Italia	123	10	11	13	12	132	12	11	21	12
Đức	143	13	13	21	11	108	16	17	26	10
CIS	**83**	**22**	**23**	**27**	**26**	**114**	**22**	**17**	**30**	**25**
Liên bang Nga	50	23	25	27	29	75	21	16	32	29
Châu Phi	**88**	**14**	**13**	**22**	**13**	**121**	**16**	**16**	**31**	**15**
Ai Cập	25	12	10	24	26	16	11	8	27	25
Nam Phi[b]	13	13	7	13		17	15	18	16	
Trung Đông	**94**	**14**	**18**	**13**	**17**	**158**	**16**	**21**	**29**	**13**
Israel	24	6	10	10	13	20	7	8	20	11
Châu Á	**837**	**13**	**16**	**20**	**12**	**858**	**11**	**14**	**18**	**12**
Nhật Bản	144	10	13	10	13	166	6	9	11	11
Trung Quốc[b]	137		24	33		152		21	29	
Ấn Độ[b]	106		35	22		91		33	23	
Đông Á (4)[c]	271	11	14	17	10	247	10	12	15	

Nguồn: Ban Thư ký WTO.

a) Bao gồm vùng Caribbean. Một thành phần của nhóm IV Metadata của WTO theo thống kê thương mại toàn cầu, 2008.

b) Dự toán của Ban Thư ký WTO.

c) Trung Hoa Đài Bắc; Hồng Kông, Trung Quốc; Hàn Quốc và Singapore.

PHỤ LỤC 3

Thương mại hàng hóa: Các nước xuất khẩu và nhập khẩu hàng đầu, năm 2008

(Đơn vị tính: Tỷ đôla và %)

TT	Xuất khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm	TT	Nhập khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm
1	Đức	1.465	9,1	11	1	Mỹ	2.166	13,2	7
2	Trung Quốc	1.428	8,9	17	2	Đức	1.206	7.3	14
3	Mỹ	1.301	8,1	12	3	Trung Quốc	1.133	6.9	19
4	Nhật Bản	782	4,9	10	4	Nhật Bản	762	4.6	22
5	Hà Lan	634	3,9	15	5	Pháp	708	4,3	14
6	Pháp	609	3,8	10	6	Anh	632	3,8	1
7	Italia	540	3,3	10	7	Hà Lan	574	3,5	16
8	Bỉ	477	3,0	10	8	Italia	556	3,4	10
9	Liên bang Nga	472	2,9	33	9	Bỉ	470	2,9	14
10	Anh	458	2,8	4	10	Hàn Quốc	435	2,7	22
11	Canada	456	2,8	8	11	Canada	418	2,5	7
12	Hàn Quốc	422	2,6	14	12	Tây Ban Nha	402	2,5	3
13	Hồng Kông, Trung Quốc	370	2,3	6	13	Hồng Kông, Trung Quốc	393	2,4	6
	- Xuất khẩu trong nước	17	0,1			- Nhập khẩu trong nước	98	0,6	
	- tái xuất khẩu	353	2,2						
14	Singapore	338	2,1	13	14	Mexico	323	2,0	9
	- Xuất khẩu trong nước	176	1,1	13					
	- Tái xuất khẩu	162	1,0	13					
15	Saudi Arabia[a]	329	2,0	40	15	Singapore	320	1,9	22
16	Mexico	292	1,8	7	16	Liên bang Nga[c]	292	1,8	31
17	Tây Ban Nha	268	1,7	6	17	Ấn Độ	292	1,8	35
18	Đài Loan, Trung Quốc	256	1,6	4	18	Đài Loan, Trung Quốc	240	1,5	10
19	Các Tiểu vương quốc	232	1,4	28	19	Ba Lan	204	1,2	23

TT	Xuất khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm	TT	Nhập khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm
	Arab Thống nhất[a]								
20	Thụy Sỹ	200	1,2	16	20	Thổ Nhĩ Kỳ	202	1,2	19
21	Malaysia	200	1,2	13	21	Australia	200	1,2	21
22	Brazil	198	1,2	23	22	Áo	184	1,1	13
23	Australia	187	1,2	33	23	Thụy Sỹ	183	1,1	14
24	Thụy Điển	184	1,1	9	24	Brazil	183	1,1	44
25	Áo	182	1,1	11	25	Thái Lan	179	1,1	28
27	Thái Lan	178	1,1	17	27	Các Tiểu vương quốc Arab Thống nhất	a	159	1,0
28	Ba Lan	168	1,0	20	28	Malaysia	157	1,0	7
29	Na Uy	168	1,0	23	29	Cộng hòa Séc	142	0,9	20
30	Cộng hòa Séc	147	0,9	20	30	Indonesia	126	0,8	36
	Tổng số các nước ở trên[d]	**13.120**	**81,4**	**-**		**Tổng số các nước ở trên[d]**	**13.409**	**81,7**	**-**
	Thế giới[d]	**16.127**	**100,0**	**15**		**Thế giới[d]**	**16.415**	**100,0**	**15**

Nguồn: Ban Thư ký WTO.

a) Dự toán từ Ban Thư ký WTO.

b) Singapore tiếp tục nhập khẩu đồng nghĩa với việc giảm tái xuất khẩu.

c) Nhập khẩu có giá trị f.o.b.

d) Bao gồm đáng kể về tái xuất khẩu hoặc nhập khẩu để tái xuất.

PHỤ LỤC 4

Thương mại hàng hóa: Các nước xuất khẩu và nhập khẩu hàng đầu, không bao gồm thương mại nội bộ EU (27), năm 2008 (Đơn vị tính: tỷ đôla và %)

TT	Xuất khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm	TT	Nhập khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm
1	Ngoài khối - EU (27) xuất khẩu	1.928	15,9	13	1	Ngoài khối - EU (27) nhập khẩu	2.283	18,4	16
2	Trung Quốc	1.428	11,8	17	2	Mỹ	2.166	17,4	7
3	Mỹ	1.301	10,7	12	3	Trung Quốc	1.133	9,1	19
4	Nhập Bản	782	6,4	10	4	Nhật Bản	762	6,1	22
5	Liên bang Nga	472	3,9	33	5	Hàn Quốc	435	3,5	22
6	Canada	456	3,8	8	6	Canada	418	3,4	7
7	Hàn Quốc	422	3,5	14	7	Hồng Kông, Trung Quốc	393	3,2	6
						- Nhập khẩu trong nước	98	0,8	
8	Hồng Kông, Trung Quốc	370	3,0	6	8	Mexico	323	2,6	9
	- Xuất khẩu trong nước	17	0,1						
	- Tái xuất khẩu	353	2,9						
9	Singapore	338	2,8	13	9	Singapore	320	2,6	22
	- Xuất khẩu trong nước	176	1,4	13		- Nhập khẩu trong nước[a]	157	1,3	31
	- Tái xuất khẩu	162	1,3	13					
10	Saudi Arabia[b]	329	2,7	40	10	Liên bang Nga[c]	292	2,3	31
11	Mexico	292	2,4	7	11	Ấn Độ	292	2,3	35

12	Đài Loan, Trung Quốc	256	2,1	4	12	Đài Loan, Trung Quốc	240	1,9	10
13	Các Tiểu vương quốc Arab Thống nhất	232	1,9	28	13	Thổ Nhĩ Kỳ	202	1,6	19
14	Thụy Sỹ	200	1,7	16	14	Australia	200	1,6	21
15	Malaysia	200	1,6	13	15	Thụy Sỹ	183	1,5	14
16	Brazil	198	1,6	23	16	Brazil	183	1,5	44
17	Australia	187	1,5	33	17	Thái Lan	179	1,4	28
18	Ấn Độ	179	1,5	22	18	Các Tiểu vương quốc Arab Thống nhất[b]	159	1,3	20
19	Thái Lan	178	1,5	17	19	Malaysia	157	1,3	7
21	Indonesia	139	1,1	18	21	Saudi Arabia [b]	112	0,9	24
22	Thổ Nhĩ Kỳ	132	1,1	23	22	Nam Mỹ [b]	99	0,8	12
23	Iran[b]	116	1,0	31	23	Na Uy	89	0,7	11
30	Bolivarian Venezuela	94	0,8	35	24	Ukraine	84	0,7	39
25	Kuwait[b]	93	0,8	49	25	Việt Nam	80	0,6	28
26	Nigeria[b]	82	0,7	24	26	Israel[b]	67	0,5	14
27	Nam Phi	81	0,7	16	27	Chile	62	0,5	31
28	Algeria	78	0,6	30	28	Philippines[b]	59	0,5	2
29	Kazakhstan	71	0,6	49	29	Argentina	57	0,5	28
	Tổng số các nước ở trên[d]	**10.873**	**89,5**	**-**		**Tổng số các nước ở trên[d]**	**11.215**	**90,2**	**-**
	Thế giới[d] (Không kể nội bộ - EU (27))	**12.142**	**100,0**	**17**		**Thế giới[d] (không kể nội bộ - EU (27))**	**12.430**	**100,0**	**17**

Nguồn: Ban Thư ký WTO.

a) Singapore tiếp tục nhập khẩu đồng nghĩa với việc giảm tái xuất khẩu.

b) Dự toán của Ban Thư ký WTO.

c) Nhập khẩu có giá trị f.o.b.

d) Bao gồm số lượng đáng kể về tái xuất khuất hoặc nhập khẩu để tái xuất.

PHỤ LỤC 5

Các nước xuất khẩu và nhập khẩu hàng đầu về dịch vụ thương mại thế giới, năm 2008

(Đơn vị tính: tỷ đôla và %)

TT	Xuất khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm	TT	Nhập khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm
1	Mỹ	522	14,0	10	1	Mỹ	364	10,5	7
2	Anh	283	7,6	2	2	Đức	285	8,2	11
3	Đức	235	6,3	11	3	Anh	199	5,7	1
4	Pháp	153	4,1	6	4	Nhật Bản	166	4,8	11
5	Nhật Bản	144	3,9	13	5	Trung Quốc[a]	152	4,4	
6	Tây Ban Nha	143	3,8	11	6	Pháp	137	3,9	6
7	Trung Quốc[a]	137	3,7	7	Ý	Italia	132	3,8	12
8	Italia	123	3,3	12	8	Tây Ban Nha	108	3,1	10
9	Ấn Độ[a]	106	2,8	9		Ireland[a]	103	3,0	9
10	Hà Lan[a]	102	2,7	8	10	Hàn Quốc	93	2,7	12
11	Ireland[a]	96	2,6	8	11	Hà Lan[a]	92	2,6	10
12	Hồng Kông, Trung Quốc	91	2,4	9	12	Ấn Độ[a]	91	2,6	
13	Bỉ[a]	89	2,4	16	13	Canada	84	2,4	5
14	Thụy Sỹ	74	2,0	15	14	Bỉ[a]	84	2,4	16
15	Hàn Quốc	74	2,0	20	15	Singapore	76	2,2	6
16	Đan Mạch	72	1,9	17	16	Liên bang Nga	75	2,2	29
17	Singapore	72	1,9	3	17	Đan Mạch	62	1,8	16
18	Thụy Điển	71	1,9	13	18	Thụy Điển	54	1,6	13
19	Luxembourg[a]	68	1,8	5	19	Thái Lan	46	1,3	22
20	Canada	62	1,7	2	20	Australia	45	1,3	18
21	Áo	62	1,7	12	21	Brazil	44	1,3	28
22	Liên bang Nga	50	1,3	29	22	Hồng Kông, Trung Quốc	44	1,3	7
23	Hy Lạp	50	1,3	16	23	Na Uy	44	1,3	12
24	Na Uy	46	1,2	13	24	Áo	42	1,2	8
25	Australia	46	1,2	15	25	Luxembourg[a]	40	1,2	8

TT	Xuất khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm	TT	Nhập khẩu	Giá trị	Thị phần	% biến đổi hàng năm
26	Ba Lan	35	0,9	20	26	Thụy Sỹ	37	1,1	10
27	Thổ Nhĩ Kỳ	34	0,9	22	27	Các Tiểu vương quốc Arab Thống nhất	a	35	
28	Đài Loan, Trung Quốc	34	0,9	8	28	Saudi Arabia[a]	34	1,0	44
29	Thái Lan	33	0,9	11	29	Đài Loan, Trung Quốc	34	1,0	-2
30	Malaysia	30	0,8	5	30	Ba Lan	30	0,9	25
	Tổng số các nước ở trên	**3.135**	**84,1**	**-**		**Tổng số các nước ở trên**	**2.835**	**81,7**	**-**
	Thế giới	**3.730**	**100,0**	**11**		**Thế giới**	**3.470**	**100,0**	**11**

Nguồn: Ban Thư ký WTO.

a. Dự toán của Ban Thư ký WTO.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Dennis R. Appleyard, Alfred J. Field, *International Economics: Trade Theory and Policy*, second edition, Irwin, 1995.

2. World Trade Organization (2009), World Trade Report 2009.

3. Nguyễn Mại (2000), "Hội nhập kinh tế với thế giới: Vấn đề và giải pháp", *Tạp chí Cộng sản*, số 5, tr17.

4. Đỗ Hoài Nam, Trần Đình Thiên (1999), "Xu hướng toàn cầu hóa và tác động của nó đến Việt Nam", *Tạp chí Những vấn đề kinh tế thế giới*, Số 2(58).

5. Phùng Xuân Nhạ (Chủ biên), *Các công ty xuyên quốc gia, lý thuyết và thực tiễn*, NXB. Đại học Quốc gia Hà Nội, 2007.

6. Viện Nghiên cứu Thương mại (2001), Đề tài cấp Nhà nước độc lập: Chính sách và giải pháp phát triển thị trường hàng hóa xuất nhập khẩu của Việt Nam thời kỳ 2001-2010, tầm nhìn đến 2020.

7. Nguyễn Xuân Thắng (Chủ biên), *Giáo trình toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế Quốc tế*, NXB. Đại học Quốc gia Hà Nội, 2009.

8. Nguyễn Xuân Thiên và Khu Thị Tuyết Mai (1997), "Việt Nam trong xu hướng khu vực hóa và toàn cầu hóa", Báo cáo khoa học tại Hội nghị thế giới lần thứ XV của Hiệp hội Nghiên cứu Tương lai Thế giới từ 27/9 đến 3/10/1997 ở Brisbane (Australia).

9. James Riedel (1993), "Kinh tế quốc tế: Lý thuyết và thực tiễn", Dự án VIE/90/007.

10. Walter Goode, *Từ điển Chính sách thương mại quốc tế*, Báo Thương mại và NXB. Thống kê, H., 1997.

CHƯƠNG 2
LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ TỪ CỔ ĐIỂN ĐẾN TÂN CỔ ĐIỂN

Lý thuyết thương mại quốc tế là một hệ thống lý thuyết hoàn chỉnh, phát triển từ thấp lên cao, từ đơn giản đến phức tạp. Trong các lý thuyết kinh tế, lý thuyết thương mại được coi là phát triển nhất và có tính hệ thống logic với nhau. Lý thuyết sau bao giờ cũng có sự kế thừa và phát triển của lý thuyết trước và mang tính khoa học ngày càng cao, ngày càng sát với thực tiễn. Trải qua nhiều thế kỷ, thực tiễn thường xuyên biến đổi, xã hội ngày càng hiện đại văn minh song các tư tưởng của chủ nghĩa trọng thương, lý thuyết lợi thế tuyệt đối của Adam Smith, đặc biệt là lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo vẫn sống mãi, vẫn được những con người của xã hội hiện đại tiếp tục nghiên cứu và vận dụng vào đời sống thực tiễn của mỗi quốc gia. Tuy nhiên, lý thuyết lợi thế so sánh vẫn còn những hạn chế nhất định và được bổ sung bởi lý thuyết thương mại tân cổ điển.

2.1. LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI CỔ ĐIỂN

Trong mục này chúng ta sẽ xem xét sự phát triển của lý thuyết thương mại từ thế kỷ XVII đến đầu thế kỷ XX với các câu hỏi sau:

1. Bản chất của thương mại là gì và thương mại tạo ra lợi ích gì? Có thể giả định (như trong trường hợp của một cá nhân), một quốc gia sẽ chỉ tự nguyện tham gia thương mại quốc tế khi nó có lợi ích từ thương mại quốc tế. Nhưng lợi ích từ thương mại quốc tế được tạo ra như thế nào? Lợi ích từ thương mại quốc tế lớn như thế nào và lợi ích do thương mại quốc tế tạo ra được phân chia như thế nào giữa các quốc gia?

2. Mô thức thương mại là gì? Hay nói cách khác, những hàng hóa nào được đem vào quá trình trao đổi và hàng hóa nào được xuất khẩu, hàng hóa nào được nhập khẩu bởi các quốc gia?

Chúng ta sẽ bắt đầu với những quan điểm của chủ nghĩa trọng thương được đưa ra trong thế kỷ XVII và XVIII, tiếp đó là lý thuyết lợi thế tuyệt đối của Adam Smith và 40 năm sau Smith, David Ricardo đã giải thích lợi ích của thương mại và mô thức thương mại thông qua quy luật lợi thế so sánh của ông. Lợi thế so sánh là một trong những lý thuyết kinh tế quan trọng với khả năng ứng dụng cho các quốc gia cũng như cho các cá nhân, tuy nhiên chúng ta cũng sẽ xem xét những sai lầm về mặt logic của lý thuyết này.

Một vấn đề nữa là Ricardo đã giải thích lợi thế so sánh dựa trên lý thuyết về giá trị lao động, một điều chưa thật sự hợp lý vào đầu thế kỷ XX. Tuy nhiên, chính Gotfried Haberler đã "giải cứu" lý thuyết của Ricardo bằng cách giải thích lợi thế so sánh thông qua lý thuyết về chi phí cơ hội và đường giới hạn khả năng sản xuất (Production possibility frontier - PPF). Để đơn giản hóa, thảo luận của chúng ta sẽ bắt đầu các mô hình trên cơ sở xem xét hai quốc gia và hai loại hàng hóa. Mặc dù lợi thế so sánh là lý thuyết nền tảng của thương mại quốc tế nhưng thương mại quốc tế còn có thể xảy ra do nhiều nguyên nhân khác như quá trình sản xuất theo quy mô lớn.

2.1.1. Quan điểm của chủ nghĩa trọng thương về thương mại

Kinh tế học chỉ được biết đến như một môn khoa học sau sự ra đời của cuốn sách *Của cải của các dân tộc* (The Weath of Nations) do Adam Smith xuất bản năm 1776. Tuy nhiên, các bài viết về thương mại quốc tế đã ra đời trước đó ở các quốc gia phát triển như Anh, Tây Ban Nha, Pháp, Bồ Đào Nha và Hà Lan.

Đặc biệt, trong thế kỷ XVII và XVIII, một nhóm người (thương gia, viên chức ngân hàng, công chức và thậm chí các nhà triết học) đã viết cacs bài luận và một vài cuốn sách về thương mại quốc tế. Tất cả những tư tưởng này được biết đến với tên gọi là chủ nghĩa trọng thương. Chủ nghĩa trọng thương chỉ ra con đường trở thành một quốc gia giàu có và hùng mạnh chính là thông qua xuất khẩu hàng hóa chứ không phải nhập khẩu hàng hóa. Kết quả của xuất khẩu sẽ tạo ra nhiều vàng bạc cho các quốc gia. Quốc gia càng có nhiều vàng bạc thì càng giàu có và hùng mạnh. Chính vì thế, một chính phủ cần làm tất cả những gì có thể để kích thích xuất khẩu và ngăn chặn nhập khẩu (đặc biệt là việc nhập khẩu hàng hóa tiêu dùng xa xỉ). Tuy nhiên, vì không phải tất cả các quốc gia đều có thể tạo ra thặng dư xuất khẩu và số lượng vàng bạc là có hạn nên nếu một quốc gia có lợi thì quốc gia khác sẽ bị thiệt.

Lưu ý rằng các nhà trọng thương đo lường sự giàu có của một quốc gia chỉ dựa trên cơ sở khối lượng kim loại quý mà quốc gia đó tích lũy được. Trong khi đó, ngày nay chúng ta đo lường của cải của một quốc gia bằng nguồn nhân lực, các nguồn lực tự nhiên và khả năng của con người để có thể sản xuất ra hàng hóa và dịch vụ. Các nguồn lực này càng lớn thì khả năng sản xuất hàng hóa và dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của con người càng cao và mức sống của người dân cũng sẽ được cải thiện.

Ở mức độ phân tích phức tạp hơn, có nhiều nguyên nhân dễ thuyết phục hơn để giải thích lý do tích lũy vàng bạc của chủ nghĩa trọng thương. Chúng ta cần hiểu rằng lý thuyết trọng thương chủ yếu phục vụ tầng lớp lãnh đạo quốc gia và vàng bạc gắn liền với sức mạnh của quốc gia. Có được nhiều vàng bạc hơn, các nhà lãnh đạo quốc gia sẽ có quân đội tốt hơn, thể hiện được sức mạnh của quốc gia và có thể nâng cấp được thủy

quân để xâm chiếm thêm nhiều thuộc địa. Hơn nữa, nhiều vàng bạc nghĩa là có thêm nhiều tiền trong lưu thông và giúp hoạt động kinh doanh tốt hơn. Ngoài ra, bằng cách khuyến khích xuất khẩu và hạn chế nhập khẩu, chính phủ sẽ kích thích được sản xuất trong nước và giải quyết thất nghiệp.

Trong bất kỳ trường hợp nào, các nhà trọng thương luôn chủ trương ủng hộ việc chính phủ kiểm soát các hoạt động kinh tế và ủng hộ chủ nghĩa kinh tế quốc gia vì họ tin rằng một quốc gia chỉ có lợi ích từ thương mại trên cơ sở chi tiêu của quốc gia nhập khẩu (nói cách khác, thương mại quốc tế là một trò chơi có tổng lợi ích bằng không). Chính các quan điểm của Adam Smith, David Ricardo và các nhà kinh tế học cổ điển khác đều được xây dựng dựa trên quan điểm về thương mại quốc tế của các nhà kinh tế trọng thương và phục vụ cho tầng lớp lãnh đạo. Ngoài ra, ngày nay dường như chúng ta đang thấy có sự nổi lên của chủ nghĩa tân trọng thương. Lý do là khi quốc gia có mức thất nghiệp cao thì chúng ta cần hạn chế nhập khẩu để kích thích sản xuất trong nước và giảm thất nghiệp. Thực tế, trong giai đoạn 1815-1914, ngoại trừ nước Anh, không một quốc gia nào ở châu Âu thực hiện đầy đủ các quan điểm của chủ nghĩa trọng thương.

Có thể tóm tắt những quan điểm của chủ nghĩa trọng thương như sau:

Thứ nhất, mỗi nước muốn đạt được sự thịnh vượng trong phát triển kinh tế thì phải gia tăng khối lượng tiền tệ, coi tiền tệ là của cải (đánh giá cao vai trò của tiền tệ). Quốc gia nào có càng nhiều vàng bạc thì càng giàu có.

Thứ hai, muốn gia tăng khối lượng tiền tệ của một nước, con đường chủ yếu là phải phát triển ngoại thương, tức là phát triển buôn bán với nước ngoài.

Thứ ba, đề cao vai trò của nhà nước trong việc điều tiết nền kinh tế thông qua bảo hộ (tăng thương mại nhưng lại hạn chế nhập khẩu).

Hộp 2.1: Chính sách thương mại của một số nước ở châu Âu thời kỳ chủ nghĩa trọng thương

Tại Anh, nhằm tích lũy tiền tệ, các nhà kinh tế học như Thomas Mun chủ trương khuyến khích phát triển công nghiệp và nông nghiệp để có nhiều trao đổi với nước ngoài, sử dụng đội thương thuyền mạnh nhất để mua đi bán lại nhiều vùng trên thế giới, đẩy mạnh giao lưu hàng hóa giữa các nước, lợi nhuận thu được tái đầu tư vào sản xuất để phát triển kinh tế dân tộc.

Tại Tây Ban Nha, các nhà kinh tế học đề xuất nhà cầm quyền áp dụng các biện pháp để giữ gìn khối lượng vàng chuyển từ châu Mỹ về. Nhà nước nghiêm cấm việc xuất khẩu vàng, can thiệp vào hoạt động thương mại.

Tại Hà Lan, các nhà tư tưởng chủ trương dựa vào lợi thế vị trí của đất nước, sử dụng đội thương thuyền mạnh nhất thế giới lúc bấy giờ để buôn bán với tất cả các nước trên thế giới, nhờ đó mang về cho nước này nguồn ngoại tệ đáng kể, đưa Hà Lan trở thành một trong những cường quốc.

- *Ưu điểm*

Các quan điểm của trường phái trọng thương cho đến nay vẫn còn giá trị. Chẳng hạn, khi năng lực sản xuất trong nước vượt quá mức cầu thì lúc đó việc khuyến khích xuất khẩu và hạn chế bớt nhập khẩu là điều mà một quốc gia cần theo đuổi. Khi quốc gia gặp phải tình trạng thâm hụt trong cán cân thanh toán với nước ngoài thì việc tạo ra mức thặng dư trong hoạt động ngoại thương là biện pháp cần được ưu tiên để bù đắp thâm hụt đó. Thậm chí ngay cả khi chưa có nhu cầu tức thời về ngoại tệ nhưng quốc gia vẫn có thể mong muốn tích lũy càng nhiều ngoại tệ càng tốt để đề phòng rủi ro trong tương lai. Việc tích lũy nhiều vàng bạc còn giúp các quốc gia có được nguồn lực cần thiết để tiến hành các cuộc chiến tranh trong giai đoạn từ thế kỷ XVI đến thế kỷ XVIII. Trong bối cảnh đó, việc bảo hộ các ngành công nghiệp có tầm quan trọng chiến lược là điều hợp lý. Các nhà trọng thương cũng có lý khi cho rằng sự gia tăng lượng vàng bạc (tức là tăng mức cung tiền tệ) trong nền kinh tế sẽ có tác dụng kích thích sản xuất trong nước. Ngoài ra, họ đã sớm nhận thức được vai trò quan trọng của nhà nước trong việc điều tiết hoạt động kinh tế thông qua các công cụ như thuế quan, lãi suất đầu tư, hạn chế nhập khẩu… Như vậy, lần đầu tiên trong lịch sử lý thuyết về thương mại quốc tế được nâng lên như là một lý thuyết khoa học, là cơ sở nền móng cho các lý thuyết khác.

- *Hạn chế*

Các quan điểm của chủ nghĩa trọng thương còn đơn giản, chưa giải thích được bản chất bên trong của các hiện tượng kinh tế. Ví dụ, các học giả trường phái coi vàng bạc là hình thức của cải duy nhất của các quốc gia, đánh đồng mức cung ứng tiền tệ cao với sự thịnh vượng của quốc gia, nhìn nhận thương mại quốc tế như một "trò chơi" với tổng lợi ích bằng không (nghĩa là một quốc gia có lợi, một quốc gia bị thiệt) hay cho rằng của cải gia tăng trong lưu thông chứ không phải trong sản xuất. Ngoài ra, họ chưa giải thích được cơ cấu hàng hóa trong thương mại quốc tế được xác định như thế nào, chưa thấy được tính hiệu quả và lợi ích từ quá trình chuyên môn hóa sản xuất và trao đổi, đặc biệt chưa nhận thức được rằng các kết luận của họ có thể đúng với thực tiễn buôn bán lúc bấy giờ của một số nước như Anh, Pháp, chứ không phải với tất

cả các quốc gia khác. Do vậy, đòi hỏi một lý thuyết khác có khả năng giải thích đúng hơn về thương mại giữa các nước.

2.1.2. Lý thuyết lợi thế tuyệt đối: Adam Smith

Lý thuyết lợi thế tuyệt đối gắn liền với tên tuổi của nhà kinh tế học Adam Smith. Ông là người đầu tiên đưa ra sự phân tích có hệ thống về nguồn gốc thương mại quốc tế. Adam Smith bắt đầu với giả thiết đơn giản là có hai quốc gia tự nguyện tham gia thương mại với nhau và cả hai quốc gia đều có lợi ích từ việc tham gia thương mại. Ông cũng giải thích lợi ích có thể được tạo ra từ thương mại và nguồn gốc lợi ích từ thương mại.

2.1.2.1. Nội dung lý thuyết lợi thế tuyệt đối

Theo Adam Smith, thương mại giữa hai quốc gia được hình thành dựa trên lợi thế tuyệt đối. Khi một quốc gia có hiệu quả hơn (gọi là có lợi thế tuyệt đối) trong việc sản xuất một mặt hàng nhưng lại ít hiệu quả hơn (gọi là bất lợi thế tuyệt đối) so với quốc gia khác trong việc sản xuất mặt hàng còn lại, thì hai quốc gia sẽ có lợi khi mỗi quốc gia chuyên môn hóa việc sản xuất mặt hàng mà họ có lợi thế tuyệt đối và trao đổi một phần sản lượng của mặt hàng đó với mặt hàng họ không có lợi thế tuyệt đối được sản xuất bởi quốc gia kia.

Thông qua quá trình này, các nguồn lực sẽ được sử dụng một cách hiệu quả nhất và tổng sản lượng hai loại hàng hóa của cả hai quốc gia sẽ tăng lên. Sự tăng lên về sản lượng đo lường sự gia tăng về lợi ích do chuyên môn hóa sản xuất tạo ra và được phân chia giữa hai quốc gia thông qua thương mại.

Ví dụ, do điều kiện thời tiết Canada sản xuất lúa mì hiệu quả nhưng lại bất lợi trong việc trồng chuối (nếu muốn trồng chuối, quốc gia này chỉ có thể trồng trong nhà kính). Ngược lại, Nicaragua có hiệu quả hơn so với Canada trong việc trồng chuối nhưng lại bất lợi trong việc sản xuất lúa mì. Vì vậy, Canada có lợi thế tuyệt đối so với Nicaragua trong sản xuất lúa mì và không có lợi thế tuyệt đối trong việc trồng chuối. Điều này xảy ra ngược lại so với Nicaragua.

Trong tình trạng này, cả hai quốc gia sẽ có lợi thông qua việc mỗi quốc gia chuyên môn hóa việc sản xuất hàng hóa mà họ có lợi thế tuyệt đối và trao đổi chúng với nhau. Canada sẽ chuyên môn hóa sản xuất lúa mì (chẳng hạn sản xuất nhiều hơn nhu cầu nội địa) và trao đổi chúng (phần sản xuất thừa ra) để lấy chuối của Nicaragua. Kết quả là cả chuối và lúa mì đều được sản xuất và tiêu thụ hết, Canada và Nicaragua cùng có lợi.

Ở khía cạnh này, một quốc gia sẽ hành xử giống như một cá nhân, nghĩa là họ sẽ không sản xuất tất cả các hàng hóa mà họ cần. Thay vào đó, họ chỉ sản xuất những hàng hóa mà họ có thể sản xuất hiệu quả nhất và trao đổi một phần của chúng lấy các hàng hóa khác mà họ cần. Bằng cách này, tổng sản lượng và lợi ích của các cá nhân sẽ được tối đa hóa.

Chính vì thế, trong khi các nhà trọng thương tin rằng một quốc gia chỉ có thể có lợi thế từ việc chi tiêu của các quốc gia khác và đề xuất chính phủ nên kiểm soát toàn bộ hoạt động của nền kinh tế thì Adam Smith (và các nhà kinh tế cổ điển khác theo trường phái của ông) lại tin rằng tất cả các quốc gia sẽ có lợi nếu thương mại tự do và đề xuất các chính phủ đi theo chủ nghĩa ít can thiệp vào nền kinh tế. Thương mại tự do sẽ làm cho các nguồn lực thế giới được sử dụng có hiệu quả nhất và tối đa hóa lợi ích của thế giới. Tuy nhiên đối với chính sách thương mại tự do cũng có một số ngoại lệ. Một trong những ngoại lệ đó là việc bảo hộ một số ngành công nghiệp quan trọng liên quan tới an ninh quốc gia.

Ngược lại với quan điểm này, ngày nay rất nhiều quốc gia đang đưa ra những cản trở đối với việc tự do hóa thương mại quốc tế. Thực tế, các rào cản thương mại chỉ phù hợp ở khía cạnh lợi ích mỗi quốc gia đơn lẻ, đối với một số ngành công nghiệp mà lao động bị ảnh hưởng nhiều từ việc nhập khẩu, và chỉ có lợi cho thiểu số trong khi đa số (những người phải trả giá cao hơn cho hàng hóa nội địa) phải chi tiêu nhiều hơn.

2.1.2.2. Minh họa lý thuyết lợi thế tuyệt đối

Hãy xem xét một ví dụ cụ thể về lợi thế tuyệt đối (ví dụ này cũng sẽ được sử dụng để mô tả lợi thế so sánh ở phần sau).

Giả sử có hai quốc gia là Mỹ và Anh cùng sản xuất lúa mì và vải với năng suất như sau (Bảng 2.1).

Bảng 2.1: Ví dụ minh họa lợi thế tuyệt đối

Mặt hàng	**Mỹ**	**Anh**
Lúa mì (kg/người/giờ)	6	1
Vải (mét/người/giờ)	4	5

Từ Bảng 2.1 ta thấy, năng suất lao động trong sản xuất lúa mì của Mỹ gấp 6 lần của Anh nên Mỹ có thể sản xuất hiệu quả hay có lợi thế tuyệt đối so với Anh về sản xuất lúa mì.

Ngược lại, năng suất lao động trong sản xuất vải của Anh gấp 5/4 năng suất sản xuất vải của Mỹ nên Anh có lợi thế tuyệt đối so với Mỹ về sản xuất vải.

Theo Adam Smith, Mỹ sẽ chuyên môn hóa sản xuất lúa mì còn Anh sẽ chuyên môn hóa sản xuất vải và hai nước sẽ buôn bán lúa mỳ và vải với nhau.

2.1.2.3. Phân tích lợi ích của thương mại dựa trên lợi thế tuyệt đối

Khi không có thương mại, Mỹ phải đem 6 kg lúa mì để đổi lấy 4 mét vải (bằng tỷ lệ trao đổi trong nước của Mỹ) còn Anh phải đem đổi 5 mét vải lấy 1 kg lúa mì (tỷ lệ trao đổi trong nước của Anh).

Khi có sự chuyên môn hóa và thương mại, nếu 1 kg lúa mì đổi được 1 mét vải trên thị trường quốc tế thì Mỹ sẽ đem 6 kg lúa mì đổi lấy 6 mét vải. Như vậy Mỹ có lợi được 2 mét vải tương đương với việc tiết kiệm được 1/2 giờ lao động sản xuất vải so với trước khi có thương mại.

Anh muốn có 6 kg lúa mì phải mất 6 giờ lao động, nhưng nếu nước này chuyên môn hóa vào sản xuất vải, trong 6 giờ sản xuất được 30 mét vải (6 giờ x 5 mét vải = 30 mét vải), lấy 6 mét vải đổi lấy 6 kg lúa mì thì Anh có lợi 24 mét vải, hay tiết kiệm được 4,8 giờ lao động.

Như vậy, khi quốc gia này sản xuất một hàng hóa nào đó có hiệu quả hơn quốc gia kia nhưng lại kém hiệu quả hơn trong sản xuất hàng hóa khác thì hai quốc gia đó có thể thu được lợi ích thương mại bằng cách mỗi quốc gia chuyên môn hóa vào sản xuất và xuất khẩu hàng hóa mà họ có lợi thế tuyệt đối và nhập khẩu hàng hóa còn lại. Thông qua chuyên môn hóa, các nguồn lực của hai quốc gia đều được sử dụng có hiệu quả và sản lượng của cả hai loại hàng hóa đều tăng. Thương mại dựa trên lợi thế tuyệt đối đem lại lợi ích cho cả hai quốc gia.

Với tỷ lệ trao đổi là 1 kg lúa mì đổi được 1 mét vải thì Anh được lợi nhiều hơn so với Mỹ khi tham gia thương mại, nhưng điều đó không quan trọng. Điều quan trọng là cả hai quốc gia đều có lợi từ việc chuyên môn hóa sản xuất và tham gia thương mại.

2.1.2.4. Ưu điểm

Khắc phục được những hạn chế của chủ nghĩa trọng thương, lý thuyết lợi thế tuyệt đối đã đi đúng hướng khi vạch ra cơ sở khoa học để tạo ra giá trị là sản xuất chứ không phải là lưu thông. Theo lý thuyết lợi thế tuyệt đối, thương mại có lợi cho cả hai quốc gia. Điều này là đúng với thực tế hơn so với quan điểm của chủ nghĩa trọng thương. Bên cạnh đó, lý thuyết này đã lần đầu tiên đề cập đến chuyên môn hóa và chỉ ra được lợi ích của việc chuyên môn hóa.

2.1.2.5. Hạn chế

Lý thuyết lợi thế tuyệt đối chỉ có thể giải thích một phần nhỏ hoạt động thương mại thế giới ngày nay, ví dụ như hoạt động thương mại giữa các nước phát triển với các nước đang phát triển. Trong khi đó, đa số hoạt động thương mại thế giới ngày nay, đặc biệt là hoạt động thương mại giữa các quốc gia phát triển với nhau thì không thể giải thích bằng lợi thế tuyệt đối. Hoạt động này chỉ có thể được giải thích bằng lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo.

Tóm lại, lợi thế tuyệt đối có thể được xem xét như một trường hợp đặc biệt của lợi thế so sánh.

Hộp 2.2: Adam Smith (1723-1790)

Mặc dù nhà khoa học xã hội này đã qua đời cách đây 200 năm trước nhưng những ý tưởng về hệ thống và tổ chức kinh tế của ông vẫn tiếp tục phát huy giá trị trong thế giới hiện đại, đặc biệt trong bối cảnh hệ thống thị trường phát triển mạnh mẽ cả ở các nước Đông Âu và Xôviết cũ. Smith sinh năm 1723 ở vùng Kirkcaldy thuộc quận Fife, Scotland, một thị trấn với 1.500 cư dân và một số người dân ở đó vẫn dùng móng làm tiền để trao đổi. Smith đã thể hiện khả năng xuất chúng từ khi còn nhỏ và ông đã được đào tạo rất căn bản tại Scotland. Năm 17 tuổi, ông học tại trường Oxford trong sáu năm. Sau đó, ông trở về Edinburgh và giảng dạy môn kinh tế chính trị với các nguyên lý sau này được phát triển trong tác phẩm *Của cải của các dân tộc* (The Weath of Nations). Năm 1751, ông là chủ nhiệm Khoa Logic của Đại học Glasgow, hai năm sau ông là chủ nhiệm Khoa Triết học và giữ chức vụ này cho tới năm 1764. Trong những năm làm việc tại đây, ông đã viết cuốn sách đầu tiên của mình, *Lý thuyết về quan điểm đạo đức* (The Theory of Moral Sentiments - 1759), một tác phẩm giúp giải đáp nguyên nhân của sự đồng tình và phản đối về mặt đạo đức. Cuốn sách này đã thu hút được sự quan tâm của toàn nước Anh và châu Âu.

Tác phẩm *Của cải của các dân tộc* được Adam Smith viết vào cuối những năm 1760 tại Pháp, khi đó ông làm gia sư cho vị công tước trẻ xứ Buccleuch. Mặc dù bản nháp đầu tiên của kiệt tác này đã được hoàn thành từ năm 1770 nhưng ông vẫn tiếp tục hoàn chỉnh nó trong sáu năm tiếp theo và cuối cùng tác phẩm này đã được xuất bản năm 1776. Bản thân ông cũng không biết sức ảnh hưởng của cuốn sách đầu tiên về kinh tế sẽ có giá trị lâu dài như vậy.

Điều đáng chú ý là Smith đã nhìn ra được một số trật tự và mục đích trong thế giới đầy rẫy sự tương phản mà ông phải đối mặt hàng ngày, một thế giới mà khó có thể nói có bất kỳ mục đích đạo đức nào. Đó là sự tương phản giữa một bên là sự nhàn rỗi và lối sống xa hoa và một bên là sự nghèo đói và khốn cùng của quảng đại quần chúng mà ông thực sự xót xa. Sản xuất được tiến hành trong nhiều hoàn cảnh, điều kiện rất khắc nghiệt như trường hợp nhà máy dệt Lombe (tại nhà máy này có 26.586 bánh xe nước với 97.746 sự di chuyển, tạo ra 221.179 thước (1 thước Anh = 0,914 mét) chỉ tơ trong một phút và công việc này do những đứa trẻ thực hiện, chúng phải làm việc từ 12-14 tiếng mỗi ngày) hay các hầm mỏ với những điều kiện làm mất giá trị con người, các nghề thủ công và những nhóm người lao động nông nghiệp lang thang từ cao nguyên Welsh. Cuộc đời của nhân tài này là viết và thuyết trình với sinh viên và các nhà tư tưởng như David Hume, Benjamin Franklin, Francois Quesney và Samuel Johnson. Smith qua đời ở tuổi 67 vào ngày 17 tháng 07 năm 1790.

Nguồn: Applyeard và Field (1995), p. 25.

2.1.3. Lý thuyết lợi thế so sánh: David Ricardo

Năm 1817, David Ricardo đã cho ra đời tác phẩm *Những nguyên lý của kinh tế chính trị học và thuế khóa* (Principles of Political Economy and Taxation), trong đó đề cập lợi thế so sánh. Đây là một trong những lý thuyết quan trọng và có ý nghĩa nhất với khả năng ứng dụng thực tiễn cao. Trong phần này chúng ta sẽ định nghĩa về lợi thế so sánh và xem xét một ví dụ đã được trình bày ở phần trước. Tiếp đó, chúng ta sẽ chứng minh rằng cả hai quốc gia đều có lợi từ thương mại quốc tế thông qua việc chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng mà chúng có lợi thế so sánh. Để xây dựng lý thuyết này, Ricardo đã đưa ra một loạt giả thiết nhằm đơn giản hóa mô hình.

2.1.3.1. Các giả thiết

- Phân tích mô hình thương mại có hai quốc gia và hai loại sản phẩm
- Thương mại quốc tế hoàn toàn tự do
- Các yếu tố sản xuất di chuyển trong phạm vi một quốc gia, nhưng không được di chuyển ra bên ngoài

- Chi phí sản xuất là cố định
- Không có chi phí vận chuyển
- Công nghệ của hai quốc gia là như nhau
- Dựa trên lý thuyết tính giá trị bằng lao động

2.1.3.2. Quy luật lợi thế so sánh

Theo nguyên tắc của lợi thế so sánh, nếu một quốc gia kém hiệu quả hơn (bất lợi thế tuyệt đối) so với quốc gia khác trong việc sản xuất cả hai loại hàng hóa thì thương mại vẫn xảy ra và đem lại lợi ích cho cả hai quốc gia. Một quốc gia nên chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu hàng hóa mà nước đó có lợi thế so sánh (lợi thế tương đối) và nhập khẩu hàng hóa mà nước đó không có lợi thế so sánh. Quy luật này sẽ được làm sáng tỏ bằng ví dụ sau đây.

2.1.3.3. Ví dụ minh họa

Bảng 2.2: Ví dụ minh họa lợi thế so sánh

Mặt hàng	**Mỹ**	**Anh**
Lúa mì – W (kg/người/giờ)		
Vải – C (mét/người/giờ)		

Trong 1 giờ lao động, Mỹ sản xuất được 6 kg lúa mì, lớn hơn so với 1 kg lúa mì mà Anh sản xuất trong thời gian tương đương. Tương tự, Mỹ sản xuất được 4 mét vải, lớn hơn so với 2 mét vải mà Anh sản xuất. Do đó, Mỹ có lợi thế tuyệt đối trong sản xuất cả lúa mì và vải, còn Anh bất lợi thế tuyệt đối trong sản xuất cả hai mặt hàng.

Tuy nhiên, nếu so sánh giữa sản xuất lúa mì và vải thì Mỹ có năng suất lao động gấp Anh 6 lần về sản xuất lúa mì và 2 lần về sản xuất vải. Do đó, Mỹ có lợi thế tương đối về sản xuất lúa mì (6 > 2). Anh có năng suất lao động về sản xuất lúa mì bằng 1/6 của Mỹ và năng suất lao động về sản xuất vải bằng 1/2 Mỹ. Do đó, Anh có lợi thế tương đối về sản xuất vải (1/2 > 1/6).

Theo quy luật lợi thế so sánh, cả hai quốc gia sẽ có lợi từ thương mại quốc tế nếu Mỹ chuyên môn hóa sản xuất lúa mì và xuất khẩu một phần để đổi lấy vải được sản xuất tại Anh (cùng lúc đó, Anh sẽ chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu vải).

Lưu ý trong mô hình hai quốc gia với hai loại hàng hóa, khi chúng ta quyết định một quốc gia có lợi thế so sánh về một loại hàng hóa nào đó thì quốc gia còn lại sẽ có lợi thế so sánh ở mặt hàng khác.

2.1.3.4. Phân tích lợi ích của thương mại

Chúng ta vừa phân tích giản đơn về lợi thế so sánh song chưa chứng minh được quy luật này. Do đó, chúng ta phải xem xét Anh và Mỹ có lợi như thế nào từ việc sản xuất và xuất khẩu các hàng hóa mà họ có lợi thế so sánh.

Để bắt đầu chứng minh, chúng ta cần hiểu rằng Mỹ sẽ bàng quan với việc tham gia thương mại quốc tế nếu nó chỉ trao đổi được 6W lấy 4C. Lý do là Mỹ có thể sản xuất chính xác 4C bằng cách không sản xuất 6W và Mỹ sẽ không tham gia thương mại quốc tế nếu nó trao đổi 6W được ít hơn 4C. Tương tự, Anh sẽ bàng quan với việc tham gia thương mại quốc tế nếu nó chỉ trao đổi được 2C lấy 1W và nó sẽ không tham gia thương mại quốc tế nếu trao đổi 2C được ít hơn 1W.

Để chứng minh cả hai quốc gia đều có lợi từ thương mại quốc tế, giả sử rằng Mỹ có thể đổi 6W lấy 6C của Anh. Mỹ sẽ có lợi 2C (tương đương 1/2 giờ lao động) vì nếu không tham gia thương mại quốc tế, Mỹ chỉ có thể đổi 6W lấy 4C ở trong nước. Trong khi đó, với 6W mà Anh nhận được từ việc trao đổi với Mỹ, Anh cần phải bỏ ra 6 giờ lao động để sản xuất ra chúng. Anh sẽ dùng 6 giờ này để sản xuất ra 12C và chỉ phải trao đổi 6C lấy 6W của Mỹ. Chính vì vậy, Anh sẽ có lợi 6C hay tiết kiệm được 3 giờ lao động. Một lần nữa, việc Anh có lợi hơn Mỹ khi tham gia thương mại quốc tế cũng không quan trọng. Điều quan trọng là cả hai quốc gia đều có lợi ích khi tham gia thương mại quốc tế, cho dù một quốc gia (trong trường hợp này là Anh) gặp bất lợi thế tuyệt đối trong việc sản xuất cả hai loại hàng hóa.

Chúng ta cũng có thể chứng minh vấn đề này bằng các ví dụ thực tế trong cuộc sống thường ngày. Ví dụ, một luật sư có thể đánh máy nhanh gấp 2 lần so với một thư ký. Vị luật sư có lợi thế tuyệt đối cả về đánh máy lẫn tư vấn luật pháp so với thư ký. Tuy nhiên, vì thư ký không thể tư vấn luật (không có bằng luật sư) nên luật sư có cả lợi thế tuyệt đối và lợi thế so sánh về tư vấn luật pháp, còn thư ký chỉ có lợi thế so sánh về đánh máy. Theo quy luật về lợi thế so sánh, vị luật sư nên dành toàn bộ thời gian vào tư vấn pháp luật và để thư ký đánh máy. Chẳng hạn, vị luật sư có thể kiếm 100 đôla/giờ bằng việc tư vấn luật và chỉ phải trả thư ký 10 đôla/giờ đánh máy. Nếu vị luật sư đánh máy thì mỗi giờ sẽ mất 80 đôla vì ông ta có được 20 đôla mỗi giờ đánh máy (do vị luật sư có thể đánh máy nhanh gấp hai lần thư ký) nhưng sẽ mất 100 đôla mỗi giờ vì không tư vấn luật.

Quay lại với ví dụ về nước Mỹ và Anh, chúng ta thấy rằng cả hai quốc gia sẽ có lợi nếu đổi 6W lấy 6C. Tuy nhiên, đây không phải là tỷ lệ trao đổi duy nhất mà cả hai quốc gia đều có lợi. Vì Mỹ có thể đổi 6W lấy 4C ở trong nước (cùng mất 1 giờ lao động) nên Mỹ chỉ có lợi nếu đổi 6W được nhiều hơn 4C của Anh. Mặt khác, ở Anh 6W tương

đương với 12C (Anh cần 6 giờ lao động để có được 6W). Ở bất kỳ tỷ lệ trao đổi nào mà 6W có thể đổi được ít hơn 12C sẽ là lợi ích của Anh. Tóm lại, Mỹ sẽ có lợi từ thương mại nếu nó trao đổi 6W được nhiều hơn 4C của Anh và Anh sẽ có lợi nếu trao đổi ít hơn 12C để có được 6W từ Mỹ. Do đó, miền trao đổi để cả hai quốc gia cùng có lợi là:

$$4C < 6W < 12C$$

Khoảng cách từ 4C đến 12C cho biết tổng lợi ích do thương mại tạo ra khi trao đổi lấy 6W. Chúng ta đã phân tích nếu trao đổi 6W lấy 6C thì Mỹ lợi 2C còn Anh lợi 6C, tổng lợi ích của hai quốc gia sẽ là 8C. Do đó, nếu tỷ lệ trao đổi càng gần 4C = 6W (gần với tỷ lệ trao đổi nội địa của Mỹ) thì Mỹ sẽ nhận được ít lợi ích hơn và Anh có nhiều lợi ích hơn. Ngược lại, nếu tỷ lệ trao đổi càng gần 6W = 12C (tỷ lệ trao đổi nội địa của Anh) thì Mỹ sẽ nhận được lợi ích nhiều hơn so với Anh.

Ví dụ, nếu Mỹ trao đổi 6W lấy 8C của Anh thì mỗi quốc gia đều có lợi 4C và tổng lợi ích của hai quốc gia vẫn là 8C. Nếu Mỹ đổi 6W lấy 10C thì Mỹ sẽ có lợi 6C và Anh chỉ có lợi 2C (dĩ nhiên lợi ích có được từ thương mại sẽ thay đổi nếu Mỹ trao đổi nhiều hơn 6W). Chúng ta có thể xác định được các tỷ lệ trao đổi và lợi ích từ thương mại đối với Mỹ và Anh theo Bảng 2.3:

Bảng 2.3: Lợi thế so sánh và tỷ lệ trao đổi

Tỷ lệ trao đổi	**Lợi ích đối với Mỹ**	**Lợi ích đối với Anh**	**Ghi chú**
6C < = 4W	Không có	Có	Không có thương mại
6C – 5W	1C	7C	Có thương mại
6C – 6W	2C	6C	Có thương mại
6C – 7W	3C	5C	Có thương mại
6C – 8W	4C	4C	Lợi ích cân bằng
6C – 9W	5C	3C	Có thương mại
6C – 10W	6C	2C	Có thương mại
6C – 11W	7C	1C	Có thương mại
6 > = 12W	Có	Không có	Không có thương mại

Từ Bảng 2.3 ta thấy, chỉ có một tỷ lệ trao đổi duy nhất là 6C lấy 8W thì lợi ích của cả hai quốc gia mới cân bằng, còn ở các tỷ lệ khác thì lợi ích của mỗi quốc gia là khác nhau. Nếu tỷ lệ trao đổi càng gần với tỷ lệ trao đổi trong nước của Mỹ thì Anh càng được lợi và ngược lại, nếu tỷ lệ trao đổi càng gần với tỷ lệ trao đổi trong nước của Anh thì Mỹ càng được lợi.

Như vậy chúng ta đã chứng minh được rằng thương mại quốc tế có lợi cho cả hai quốc gia, cho dù có một quốc gia kém hiệu quả hơn trong việc sản xuất cả hai mặt hàng.

Từ sự phân tích trên ta thấy lợi ích có được là do chuyên môn hóa sản xuất và thương mại quốc tế đều được đo bằng vải. Tuy nhiên, lợi ích có được từ thương mại quốc tế có thể được đo lường bằng lúa mì. Hoặc thực tế hơn, chúng có thể được đo lường bằng cả lúa mì và vải.

2.1.3.5. Các ngoại lệ của quy luật lợi thế so sánh

Thực tế tồn tại một ngoại lệ (nhưng không phổ biến) của quy luật lợi thế so sánh. Nó xảy ra khi một quốc gia bất lợi tuyệt đối ở cả hai mặt hàng. Ví dụ, nếu một giờ lao động ở Anh sản xuất được 3W thay vì sản xuất được 1W như trước, lúc này Anh sẽ có năng suất lao động bằng 1/2 của Mỹ trong việc sản xuất cả hai mặt hàng vải và lúa mì. Anh và Mỹ lúc này sẽ không có bất kỳ lợi thế so sánh nào và thương mại quốc tế sẽ không tạo ra bất kỳ lợi ích nào cho cả hai quốc gia. Lý do để giải thích hiện tượng này là trước kia Mỹ chỉ tham gia thương mại nếu nó có thể trao đổi 6W được nhiều hơn 4C. Tuy nhiên, lúc này Anh lại không muốn bỏ ra nhiều hơn 4C để có được 6W của Mỹ. Lý do chính là Anh có thể sản xuất hoặc 6W, hoặc 4C với 2 giờ lao động trong nước. Trong trường hợp này, thương mại sẽ không tạo ra bất kỳ lợi ích nào cho cả hai quốc gia.

Điều này khiến cho quy luật về lợi thế so sánh cần chỉnh sửa như sau: Nếu một quốc gia gặp bất lợi thế tuyệt đối về cả hai mặt hàng thì quốc gia đó vẫn có được lợi ích khi tham gia thương mại quốc tế, ngoại trừ việc bất lợi thế tuyệt đối này có tỷ lệ giống như nhau ở cả hai loại hàng hóa. Mặc dù ngoại lệ này quan trọng nhưng nó rất hiếm khi xảy ra và vì thế việc ứng dụng lợi thế so sánh không bị ảnh hưởng nhiều. Hơn nữa, các rào cản tự nhiên của thương mại quốc tế như chi phí vận chuyển có thể loại trừ thương mại quốc tế khi lợi thế so sánh tồn tại. Do đó, chúng ta luôn cần phải giả định rằng không có rào cản thương mại tự nhiên hoặc nhân tạo nào tồn tại.

2.1.3.6. Ưu điểm

Lý thuyết lợi thế so sánh của Ricardo được coi là lý thuyết cơ bản, đặt cơ sở nền tảng cho thương mại quốc tế và được coi là lý thuyết quan trọng nhất của Kinh tế quốc tế. Lý thuyết này đã vạch ra cơ sở khoa học của thương mại quốc tế là sự khác biệt về lợi thế tương đối trong sản xuất một loại hàng hóa nào đó. Bên cạnh đó, lý thuyết lợi thế so sánh đã khắc phục được hạn chế của lợi thế tuyệt đối mà Adam Smith đưa ra, đó là lý thuyết này đã giải thích được rằng tất cả các quốc gia đều có lợi khi tham gia thương mại kể cả trong trường hợp một nước không có lợi thế tuyệt đối về nhiều mặt hàng. Do vậy, lý thuyết lợi thế so sánh mang tính khái quát hơn. Dựa vào lý thuyết lợi thế so sánh, một

quốc gia sẽ chuyên môn hóa vào sản xuất loại hàng hóa mà quốc gia đó có lợi thế so sánh chứ không phải chỉ căn cứ vào lợi thế tuyệt đối. Cuối cùng, lợi thế so sánh đã chỉ ra được lợi ích của quá trình phân công lao động quốc tế (kế thừa lý thuyết của Adam Smith).

2.1.3.7. Hạn chế

Một trong những hạn chế của lý thuyết lợi thế so sánh của Ricardo là ông đã vận dụng lý thuyết tính giá trị bằng lao động để nghiên cứu mô hình thương mại quốc tế. Do vậy, lý thuyết này đúng nhưng chưa sát với thực tế, đòi hỏi một lý thuyết cao hơn.

Hạn chế tiếp theo của lý thuyết này là nó chưa giải thích được nguồn gốc phát sinh lợi thế so sánh của một quốc gia đối với một loại sản phẩm nào đó. Do vậy nó không giải thích được triệt để nguyên nhân sâu xa của quá trình thương mại.

2.1.4. Sự phát triển lý thuyết lợi thế so sánh của Ricardo

Những nhà kinh tế thế hệ sau và theo trường phái Ricardo tiếp tục nghiên cứu về lợi thế so sánh dựa trên cách tiếp cận khác hơn và mở rộng mô hình nghiên cứu so với Ricardo, tiêu biểu như Haberler, Heckscher - Ohlin và Paul R. Krugman. Haberler đã vận dụng lý thuyết chi phí cơ hội để nghiên cứu và giải thích lợi thế so sánh. Mô hình nghiên cứu của Ricardo với một yếu tố sản xuất đó là lao động, nhưng Heckscher - Ohlin nghiên cứu lợi thế so sánh với mô hình hai yếu tố sản xuất, đó là lao động và vốn trong điều kiện chi phí cơ hội tăng. Mô hình thương mại của Heckscher - Ohlin còn gọi là 2 x 2 x 2 (hai quốc gia, hai loại sản phẩm và hai yếu tố sản xuất). Còn Paul R. Krugman xem xét lợi thế so sánh trong trường hợp nhiều loại hàng hóa, v.v…

2.1.4.1. Thương mại trong thế giới có một yếu tố sản xuất

- ***Khả năng sản xuất***

Mọi nền kinh tế đều có những nguồn lực hạn chế, do đó có những giới hạn về năng lực sản xuất và luôn luôn có sự bù trừ. Để sản xuất một mặt hàng nhiều hơn, nền kinh tế phải hy sinh một phần việc sản xuất mặt hàng khác. Điều này được minh họa bằng PPF. Khi chi phí cơ hội không đổi thì PPF là một đường thẳng.

- ***Thương mại trong thế giới có một yếu tố sản xuất đó là lao động***

Bảng 2.1: Yêu cầu lao động theo đơn vị sản phẩm

Sản phẩm	Quốc gia	
	A	B
Vải (X)	1 giờ/mét	2 giờ/mét
Rượu vang (Y)	3 giờ/lít	4 giờ/lít

Một điểm nổi bật trong bảng này là quốc gia A có yêu cầu lao động theo đơn vị sản phẩm thấp hơn và do đó có năng suất lao động cao hơn trong sản xuất hai loại sản phẩm. Trước hết, cần xác định lợi thế so sánh của từng quốc gia.

- ***Lợi thế so sánh của từng quốc gia***

Chi phí cơ hội	Quốc gia	
	A	B
Chi phí cơ hội sản phẩm X	1/3Y	1/2Y
Chi phí cơ hội sản phẩm Y	3X	2X

So sánh chi phí cơ hội cho thấy quốc gia A có lợi thế so sánh trong sản xuất sản phẩm X (do có chi phí cơ hội thấp hơn trong sản xuất sản phẩm X), quốc gia B có lợi thế so sánh trong sản xuất sản phẩm Y (do có chi phí cơ hội thấp hơn trong sản xuất sản phẩm Y). Như vậy, nếu một quốc gia có lợi thế so sánh trong sản xuất sản phẩm nào đó thì hoặc năng suất lao động tương đối trong sản xuất sản phẩm đó phải cao hơn các nước khác hoặc chi phí cơ hội trong sản xuất sản phẩm đó phải thấp hơn so với các nước khác.

- ***Phân tích lợi ích của thương mại***

Khi chưa có thương mại, tỷ lệ giá trao đổi nội bộ ở quốc gia A là 1Y = 3X (1 sản phẩm Y trao đổi được 3 sản phẩm X); quốc gia B là 1Y = 2X (1 sản phẩm Y trao đổi được 2 sản phẩm X). Ở trạng thái cân bằng trên thế giới giá tương đối của sản phẩm Y phải nằm giữa hai giá trị này. Hàng hóa trao đổi giữa hai quốc gia theo tỷ lệ thương mại: 1Y tương ứng 2,5X. Với tỷ lệ trao đổi này cả hai quốc gia đều cùng có lợi.

- ***Ảnh hưởng của thương mại đối với tỷ lệ lương giữa hai quốc gia***

Để xác định tỷ lệ lương, trước hết lưu ý rằng mức lương của mỗi quốc gia sẽ phải là bao nhiêu khi tính theo mặt hàng mà quốc gia đó sản xuất. Sau khi có thương mại, quốc gia A sản xuất vải (sản phẩm X); do phải mất một giờ công lao động để sản xuất 1

mét vải, mức lương ở quốc gia A là 1 mét vải trên một giờ lao động. Tương tự, khi sản xuất rượu vang, quốc gia B sẽ cần 4 giờ lao động để có 1 lít rượu; do đó mức lương ở quốc gia B là 1/4 lít rượu trên 1 giờ lao động.

Để so sánh được mức lương tính theo rượu vang và vải, chúng ta phải sử dụng giá tương đối của hai loại hàng hóa trên. Nếu 1 lít rượu vang có giá trị bằng 1 mét vải thì mức lương của quốc gia B (nước ngoài) chỉ bằng 1/4 mức lương quốc gia A (nội địa). Vì có mức lương thấp hơn, nước ngoài có lợi thế chi phí trong ngành sản xuất rượu vang mặc dù năng suất lao động kém hơn. Mặc dù có mức lương cao hơn, nội địa vẫn có lợi thế chi phí trong ngành sản xuất vải, bởi vì mức lương cao được bù lại bằng năng suất lao động cao hơn.

Hiện nay có một số phương pháp đo lường lợi thế so sánh hoặc cạnh tranh quốc gia, và một trong số đó là hệ số lợi thế so sánh trông thấy (Revealed Comparative Advantage – RCA). Hệ số này do nhà kinh tế học Balassa đề xuất năm 1965 để đo lường lợi thế so sánh theo số liệu xuất khẩu như sau:

$$RCAXik = Xik: Xi/Xwk: Xw$$

Trong đó:

RCAXik: Chỉ số lợi thế so sánh trông thấy trong xuất khẩu của nước i đối với sản phẩm k;

Xik: Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm k của nước i;

Xi: Tổng kim ngạch xuất khẩu của nước i;

Xwk: Kim ngạch xuất khẩu sản phẩm k toàn cầu;

Xw: Tổng kim ngạch xuất khẩu toàn cầu.

Ý nghĩa của công thức trên cho thấy, nếu tỷ trọng xuất khẩu của nước i đối với sản phẩm k lớn hơn tỷ trọng sản phẩm đó trong tổng xuất khẩu của thế giới, tức là RCAXik > 1 thì nước i được coi là có lợi thế so sánh đối với sản phẩm k. Hệ số này càng lớn chứng tỏ lợi thế so sánh càng cao. Ngược lại, nếu RCAXik < 1 thì nước i không có lợi thế so sánh về sản xuất sản phẩm k. Chỉ số này đã được áp dụng cho nhiều quốc gia trên thế giới.

2.1.4.2. Lợi thế so sánh trong trường hợp nhiều mặt hàng

Cho đến nay, phân tích của chúng ta vẫn dựa trên mô hình thương mại đơn giản chỉ có hai loại hàng hóa được sản xuất và tiêu thụ. Sự phân tích này đã được đơn giản

hóa, cho phép chúng ta rút ra nhiều luận điểm quan trọng về lợi thế so sánh và thương mại quốc tế.

Tuy nhiên, để tiến sát dần với thực tế hơn, chúng ta cần phải hiểu lợi thế sánh hoạt động như thế nào trong trường hợp một mô hình có nhiều loại hàng hóa. Chúng ta giả định rằng thế giới chỉ có hai nước: nội địa và nước ngoài. Mỗi nước chỉ có một yếu tố sản xuất đó là lao động. Trình độ công nghệ mà mỗi nước sử dụng được phản ánh bằng yêu cầu lao động theo đơn vị sản phẩm cho mỗi loại hàng hóa, đó là số giờ lao động để sản xuất một đơn vị hàng hóa. Yêu cầu lao động theo đơn vị sản phẩm của nội địa ký hiệu là X, yêu cầu lao động theo đơn vị sản phẩm của nước ngoài ký hiệu là Y. Điều này được minh họa bằng ví dụ sau đây:

Bảng 2.2: Yêu cầu lao động theo đơn vị của nội địa và nước ngoài

Hàng hóa	**Yêu cầu lao động của nội địa (X)**	**Yêu cầu lao động của nước ngoài (Y)**	**Lợi thế năng suất tương đối của nội địa (Y/ X)**
Táo	1	10	10
Chuối	5	40	8
Cam	3	12	4
Chà là	6	12	2
Bánh mì	12	9	0,75

Nguồn: Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, *Kinh tế học quốc tế: Lý thuyết và chính sách*, NXB. Chính trị Quốc gia, H., 1996.

"Hai cột đầu của ví dụ tự bản thân chúng đã rõ. Cột thứ ba là tỷ lệ yêu cầu lao động theo đơn vị sản phẩm của nước ngoài so với nội địa về từng loại hàng, hay lợi thế tương đối về năng suất của nội địa so với nước ngoài trong mỗi mặt hàng. Chúng ta đã xếp các loại hàng theo thứ tự lợi thế năng suất của nội địa so với nước ngoài trong mỗi mặt hàng. Theo đó nội địa có lợi thế nhất về táo và kém lợi thế nhất về bánh mì"[2]. Để xác định được nước nào có lợi thế so sánh về sản xuất hàng hóa nào cần phải đặt trong mối quan hệ giữa mức lương nội địa và nước ngoài. Paul R. Krugman đã chỉ rõ điểm then chốt để xác định lợi thế so sánh trong trường hợp nhiều mặt hàng: "Nước nào sản xuất hàng hóa gì phụ thuộc vào tỷ lệ lương giữa nội địa và nước ngoài. Nội địa sẽ có lợi thế

[2] Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, sđd, tr.59.

chi phí ở hàng hóa nào có năng suất lao động tương đối cao hơn mức lương tương đối của nó, và nước ngoài sẽ có lợi thế ở số hàng hóa khác. Chẳng hạn, nếu mức lương nội địa cao gấp 5 lần nước ngoài, thì táo và chuối sẽ được sản xuất ở nội địa, và cam, chà là và bánh mì sẽ được sản xuất ở nước ngoài. Nếu như mức lương nội địa chỉ cao gấp 3 lần nước ngoài, nội địa chỉ sản xuất táo, chuối và cam, trong khi nước ngoài sản xuất chà là và bánh mì"[3].

Theo quy luật lợi thế so sánh, nội địa sẽ chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu táo, chuối và cam cho nước ngoài, đồng thời nhập khẩu chà là và bánh mì từ nước ngoài; còn nước ngoài thì ngược lại. Bằng việc chuyên môn hóa và trao đổi như vậy, cả nội địa và nước ngoài sẽ cùng đạt được lợi ích.

2.1.4.3. Lợi thế so sánh trong trường hợp nhiều nước

Trong quy mô hai nước, mô hình thương mại luôn đúng. Với hai loại hàng hóa, mô hình thương mại được quyết định bởi lợi thế so sánh dựa trên đại lượng tương đối về lao động. Trong mô hình nhiều nước, có sự xuất hiện của tiền, mô hình thương mại được quyết định bởi tiền lương và chi phí lao động tương đối. Tuy nhiên, khi ba nước được đưa ra xem xét, chuyên môn hóa trong mô hình không đúng.

Trở lại với thế giới chỉ có hai loại hàng hóa, nhằm đơn giản việc phân tích, chúng ta hãy kiểm nghiệm trường hợp trao đổi giữa ba nước để khái quát hóa mô hình thương mại. Ví dụ sau đây chỉ ra một cơ sở rõ ràng cho việc trao đổi bởi vì giá trị trao đổi khác nhau giữa các nước. Để làm rõ các đánh giá ở trên, hãy xem xét và phân tích ví dụ sau:

Bảng 2.3: Mô hình thương mại ba quốc gia, hai loại hàng hóa

Quốc gia	Cá (F)	Dao kéo (C)	Tỷ lệ giá trước thương mại
Thụy Điển	4 giờ/1 đơn vị	10 giờ/1 đơn vị	1C = 2,5 F
Đức	5 giờ/1 đơn vị	15 giờ/1 đơn vị	1C = 3 F
Pháp	5 giờ/1 đơn vị	20 giờ/1 đơn vị	1C = 4 F

Mục tiêu trao đổi chỉ xảy ra giữa hai quốc gia có giá trị trước thương mại (giá nội bộ) chênh lệch nhất. Ở đây ta thấy lợi ích của thương mại xảy ra giữa Thụy Điển và Pháp

[3]: Như đã dẫn ra ở 2, tr.59

bởi vì tỷ lệ giá nội bộ giữa hai nước này cách xa nhau nhất. Cân bằng trong trao đổi sẽ nằm giữa tỷ lệ 1C : 2,5F và 1C : 4F (dấu : với nghĩa là đổi).

Thụy Điển có lợi thế so sánh về sản xuất dao kéo (do 10/20 < 4/5), Pháp có lợi thế so sánh về sản xuất cá và mô hình thương mại giữa hai nước được quyết định như trong trường hợp mô hình thế giới chỉ có hai nước. Vậy còn nước Đức? Quốc gia này có thể thực hiện thương mại hay không? Nếu có thì hàng hóa nào của Đức sẽ có lợi thế?

Giống như hàng hóa trung gian trong trường hợp có nhiều loại hàng hóa, vai trò thương mại của nước trung gian không có câu trả lời. Việc tham gia thương mại của Đức sẽ phụ thuộc vào điều kiện trao đổi quốc tế. Ba khả năng tồn tại trong khoảng 1C : 2,5F – 1C : 4F. Điều kiện thực hiện trao đổi có thể là 1C : 3F; 1C : > 3F hay 1C : < 3F.

- Trong trường hợp thứ nhất (1C : 3F), điều kiện thực hiện thương mại chính xác bằng với giá nội địa ở Đức. Như vậy Đức không có lợi khi thực hiện trao đổi.
- Trong trường hợp thứ hai (1C : > 3F), ví dụ 1C = 3,5F, Đức sẽ có lợi khi thực hiện trao đổi vì tỷ lệ trao đổi quốc tế khác với tỷ lệ trao đổi trong nước. Như vậy Đức sẽ có lợi khi xuất khẩu dao kéo (C) và nhập khẩu cá (F). Đức sẽ đổi được 1C lấy 3,5F trong khi trong nước 1C chỉ đổi được 3F. Mô hình trao đổi trên thế giới lúc này sẽ là Đức và Thụy Điển xuất khẩu dao kéo (C) và nhập khẩu cá (F) từ Pháp.
- Trong trường hợp thứ ba (1C : < 3 F), ví dụ 1C = 2,8F, Đức có thể thực hiện thương mại vì tỷ lệ trao đổi 1C = 2,8F khác với 1C = 3F tại Đức. Tuy nhiên, mô hình trao đổi này không giống như ở trường hợp thứ hai. Lúc này Đức sẽ xuất khẩu cá (F), nhập khẩu dao kéo (C) và chỉ cần 2,8F có thể đổi được 1C, trong khi đó tỷ lệ trao đổi trong nước là 3F : 1C. Mô hình thương mại của thế giới sẽ là Pháp và Đức xuất khẩu cá và nhập khẩu dao kéo từ Thụy Điển. Khi tỷ lệ trao đổi thương mại quốc tế được xác định, ta sẽ biết được nước nào là nước trung gian. Thương mại sẽ xảy ra chỉ khi tỷ lệ trao đổi trên thế giới lớn hơn hoặc nhỏ hơn tỷ lệ giá trao đổi nội địa.

Hộp 2.3: David Ricardo (1772-1823)

David Ricardo sinh ra ở London, Anh ngày 18 tháng 04 năm 1772, là con của một người Do Thái nhập cư giàu có. Ông được thuê gia sư riêng từ nhỏ và học hành rất thông minh. Năm 14 tuổi ông bắt đầu làm việc tại văn phòng môi giới chứng khoán của bố ông. Công việc này kết thúc sau 7 năm, khi ông theo đạo Tin Lành và cưới một người theo đạo này. Ricardo sớm thành công trong việc kinh doanh chứng khoán và bất động sản. Một nhân tố góp phần tạo nên thành công của ông chính là việc mua lại chứng khoán của chính phủ Anh chỉ 4 ngày trước khi công tước xứ Wellington đánh bại Napoleon tại đồi Waterloo năm 1815. Kết quả là, chỉ riêng chứng khoán của chính phủ

Anh đã làm cho ông trở nên giàu có.

Năm 1799, khi đang đi nghỉ, Ricardo đã đọc cuốn sách *Của cải của các dân tộc* của Adam Smith. Thật thú vị, ông đã dần dần tạo nên kinh tế học trong chuyến đi nghỉ của mình và viết ra những cuốn sách, bài báo về chủ đề này. Sự phản đối của Ricardo về chính sách vàng của chính phủ và các bộ luật về ngô (Corn Laws - luật cấm nhập khẩu lương thực vào nước Anh) đã thu hút được sự chú ý của nhiều người và ông nhanh chóng phát triển chúng thành những vấn đề liên quan tới phân phối thu nhập và lợi nhuận. Năm 1817, Ricardo đã cho ra đời cuốn sách *Những nguyên lý của kinh tế chính trị học và thuế khóa* (Principles of Political Economy and Taxation), đánh dấu bước ngoặt tạo nên danh tiếng cho cuộc đời dù ông nghĩ rằng rất ít người sẽ hiểu được nó. Ông trở thành thành viên của Quốc hội năm 1819. Mặc dù có giọng nói khàn nhưng ông vẫn là người hùng biện giỏi, là người luôn gợi mở ra các câu hỏi về kinh tế tại Hạ nghị viện cho dù các bộ luật về ngô không được hủy bỏ cho tới lúc ông qua đời.

Ricardo luôn được nhắc đến như là cha đẻ của lý thuyết lợi thế so sánh. Hơn thế nữa, Ricardo đã xây dựng nên cả một mô hình kinh tế bao gồm sự phát triển của lợi nhuận và tích lũy tư bản, trong đó quy luật lợi tức biên giảm dần cho thấy lợi nhuận bằng không và sự giàu có của địa chủ. Ricardo bị lên án đi ngược lại với tầng lớp địa chủ mà trong đó ông cũng là một thành viên. Ricardo đã xây dựng được sự nghiệp xuất sắc trong vai trò một doanh nhân, học giả và chính trị gia. Ông đột ngột qua đời ở tuổi 51 vào ngày 11 tháng 9 năm 1823.

Nguồn: Applyeard và Field (1995), p.30.

2.2. LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI TÂN CỔ ĐIỂN

Ricardo đưa ra lợi thế so sánh dựa trên một số giả thiết đơn giản: (1) chỉ có hai quốc gia và hai loại hàng hóa; (2) thương mại tự do; (3) lao động có thể di chuyển tự do trong một quốc gia nhưng không thể di chuyển giữa hai quốc gia; (4) chi phí sản xuất cố định; (5) không tồn tại chi phí vận chuyển; (6) công nghệ không thay đổi; (7) sử dụng lý thuyết giá trị của lao động. Trong khi 6 giả thiết đầu tiên có thể chấp nhận thì giả thiết thứ 7 là không hợp lý và không nên được sử dụng để giải thích lợi thế so sánh.

2.2.1. Lợi thế so sánh và lý thuyết giá trị của lao động

Theo lý thuyết giá trị của lao động, giá trị hay giá cả của hàng hóa phụ thuộc nhiều vào số lượng lao động được sử dụng để sản xuất ra hàng hóa đó. Điều này ngụ ý rằng: (1) hoặc lao động là yếu tố duy nhất để sản xuất ra hàng hóa hoặc lao động được sử dụng với một tỷ lệ cố định như nhau ở tất cả các loại hàng hóa và (2) lao động là đồng nhất (nghĩa là

chỉ có một dạng lao động). Vì cả hai giả thiết này không hợp lý nên chúng ta không thể giải thích lợi thế so sánh dựa trên lý thuyết giá trị của lao động.

Cụ thể hơn, lao động không phải là yếu tố sản xuất duy nhất và nó cũng không thể được sử dụng với một tỷ lệ nhất định như nhau ở tất cả các loại hàng hóa. Ví dụ, tỷ lệ vốn trên lao động ở một số ngành (như thép) sẽ lớn hơn một số ngành khác (như dệt may). Hơn thế nữa, luôn tồn tại khả năng thay thế giữa vốn, lao động và các yếu tố sản xuất khác trong việc sản xuất hàng hóa. Ngoài ra, rõ ràng lao động không thể đồng nhất mà nó luôn khác biệt do các yếu tố đào tạo, năng suất và mức lương khác nhau. Cuối cùng, năng suất lao động luôn luôn khác nhau. Điều này liên quan tới việc kiểm định thực tế lý thuyết của Ricardo. Do đó, lý thuyết lợi thế so sánh không thể được giải thích dựa trên lý thuyết giá trị của lao động nhưng có thể được giải thích dựa trên lý thuyết về chi phí cơ hội (điều này có thể dễ chấp nhận hơn).

2.2.2. Lý thuyết chi phí cơ hội (Lý thuyết tân cổ điển)

Năm 1936, Haberler là người giải thích lợi thế so sánh dựa trên lý thuyết chi phí cơ hội. Theo cách này, quy luật về lợi thế so sánh đôi khi còn được gọi là quy luật về chi phí so sánh.

Quay trở lại ví dụ về lợi thế so sánh (Bảng 2.2), ta có:

Mặt hàng	Mỹ	Anh
Lúa mì (kg/người/giờ)	6	1
Vải (mét/người/giờ)	4	2

Theo lý thuyết chi phí cơ hội, chi phí cơ hội của một hàng hóa là số lượng hàng hóa khác phải bỏ đi để dùng tài nguyên đó cho việc sản xuất thêm 1 đơn vị hàng hóa ban đầu. Nguyên do là nền kinh tế không có đủ nguồn lực. Chúng ta không cần có giả định nào để giải thích điều này ngoại trừ giả định lao động là yếu tố sản xuất duy nhất và lao động là đồng nhất, hoặc có thể giả định rằng giá của hàng hóa phụ thuộc chủ yếu vào lao động hoặc phụ thuộc vào số lượng lao động cần thiết để sản xuất ra nó. Kết quả là một quốc gia có chi phí cơ hội thấp hơn trong việc sản xuất một loại hàng hóa sẽ có lợi thế so sánh trong việc sản xuất ra hàng hóa đó (và gặp bất lợi thế so sánh trong việc sản xuất mặt hàng kia).

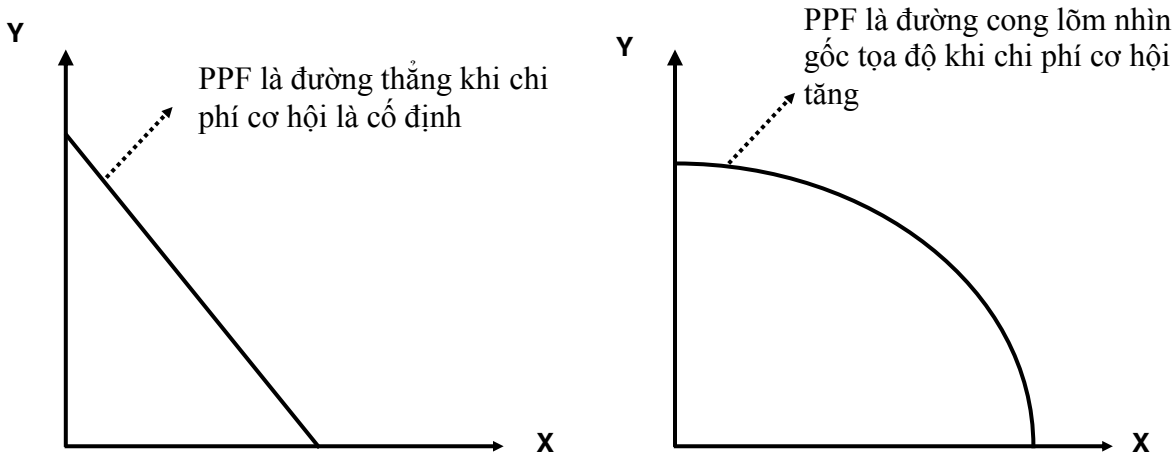
Ví dụ, nếu không có thương mại quốc tế, Mỹ sẽ phải từ bỏ 2/3 đơn vị vải để có đủ nguồn lực sản xuất thêm 1 đơn vị lúa mì và chi phí cơ hội của lúa mì chính bằng 2/3 đơn vị vải (1W = 2/3C ở Mỹ). Nếu ở Anh 1W = 2C thì chi phí cơ hội của lúa mì (số lượng vải phải bỏ đi không sản xuất) ở Mỹ thấp hơn ở Anh và Mỹ sẽ có lợi thế so sánh về sản xuất

lúa mì ở mô hình hai quốc gia, hai loại hàng hóa, còn Anh sẽ có lợi thế so sánh về sản xuất vải.

Theo quy luật lợi thế so sánh, Mỹ sẽ chuyên môn hóa sản xuất lúa mì và xuất khẩu một phần để đổi lấy vải của Anh. Đây cũng chính là kết luận mà chúng ta có được từ việc sử dụng lợi thế so sánh với lý thuyết giá trị về lao động, còn bây giờ, chúng ta đang sử dụng chi phí cơ hội để giải thích điều này.

2.2.2.1. Giới hạn khả năng sản xuất với chi phí cơ hội không đổi

Chi phí cơ hội không đổi có thể được minh họa bằng PPF. Đó là một đường thẳng chỉ ra sự kết hợp thay thế nhau của hai loại sản phẩm mà quốc gia có thể sản xuất khi sử dụng toàn bộ tài nguyên với kỹ thuật tốt nhất



Hình 2.1: Chi phí cơ hội với hình dáng đường PPF

Chi phí cơ hội cố định là một lượng không đổi của một hàng hóa phải bỏ ra khi sản xuất thêm 1 đơn vị hàng hóa thứ hai. Chi phí cơ hội cố định khi:

- Các nguồn lực, các nhân tố của sản xuất có thể thay thế hoàn toàn cho nhau hay được sử dụng theo một tỷ lệ cố định trong sản xuất cả hai loại hàng hóa;
- Tất cả các đơn vị của cùng một nhân tố là đồng nhất hay cùng chất lượng. Khi đó mỗi quốc gia di chuyển các nguồn lực từ sản xuất hàng hóa này sang hàng hóa kia sẽ không phải sử dụng nguồn lực kém hiệu quả hơn cho sản xuất hàng hóa kia.

2.2.2.2. Ví dụ minh họa

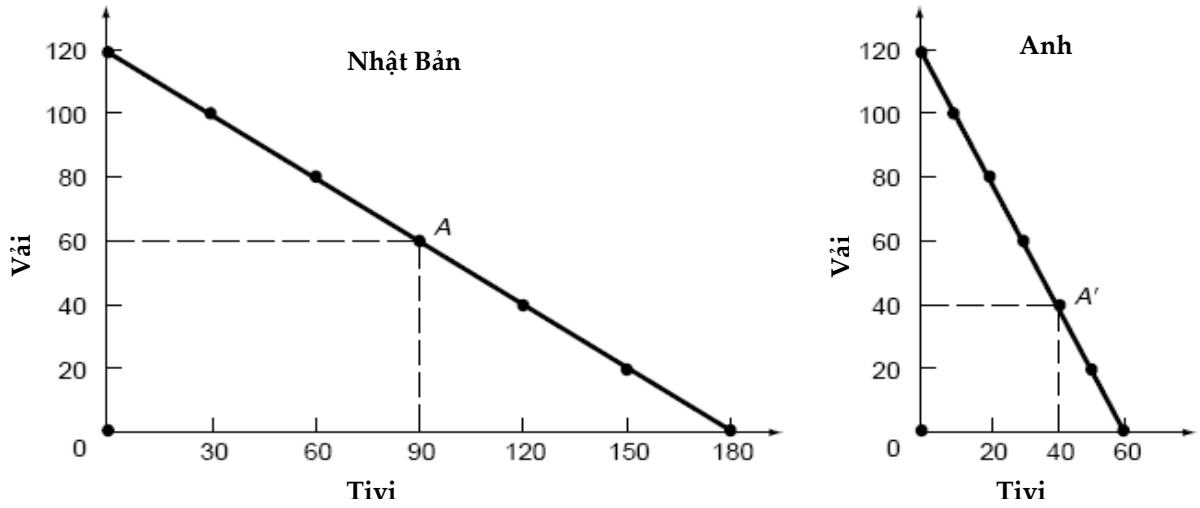
Giả sử ta có số liệu về khả năng sản xuất của Nhật Bản và Anh như trong Bảng 2.4

Bảng 2.4: Số liệu về khả năng sản xuất của Nhật Bản và Anh

(Đơn vị tính: triệu tivi, triệu mét vải)

Nhật Bản			Anh		
Tivi	**Vải**	**Sau thương mại**	**Tivi**	**Vải**	**Sau thương mại**
180	**0**	**0**	**60**	**0**	**120**
150	**20**	**30**	**50**	**20**	**100**
120	**40**	**60**	**40**	**40**	**80**
90	**60**	**90**	**30**	**60**	**60**
60	**80**	**120**	**20**	**80**	**40**
30	**100**	**150**	**10**	**100**	**20**
0	**120**	**180**	**0**	**120**	**0**

Nếu tập trung toàn bộ nguồn lực để sản xuất, Nhật Bản sẽ sản xuất được 180 triệu chiếc tivi hoặc 120 triệu mét vải trong một năm. Còn ở giữa hai thái cực đó tồn tại một số khả năng kết hợp khác. Số liệu trong Bảng 2.4 cho thấy cứ bớt đi 30 triệu chiếc tivi (triệu tivi gọi là t) thì Nhật Bản sẽ sản xuất thêm được 20 triệu mét vải (triệu m vải gọi là v), tức là 30t = 20v. Như vậy có nghĩa chi phí cơ hội để sản xuất 1 đơn vị tivi ở Nhật Bản là 2/3 đơn vị vải. Vì chi phí cơ hội để sản xuất tivi của Nhật Bản là bất biến nên PPF của nước này là một đường thẳng, có nghĩa là với bất cứ một sự kết hợp nào, chi phí cơ hội để sản xuất thêm 1 đơn vị tivi đều bằng 2/3 đơn vị vải (hay 1t = 2/3v). Trong trường hợp với Anh cũng vậy, chi phí cơ hội để sản xuất 1 đơn vị tivi là bất biến và bằng 2 đơn vị vải (1t = 2v). Giới hạn khả năng sản xuất của Nhật Bản và Anh theo số liệu trên được biểu diễn bằng Hình 2.2 như sau:



Hình 2.2: PPF của Nhật Bản và Anh trong trường hợp không có thương mại

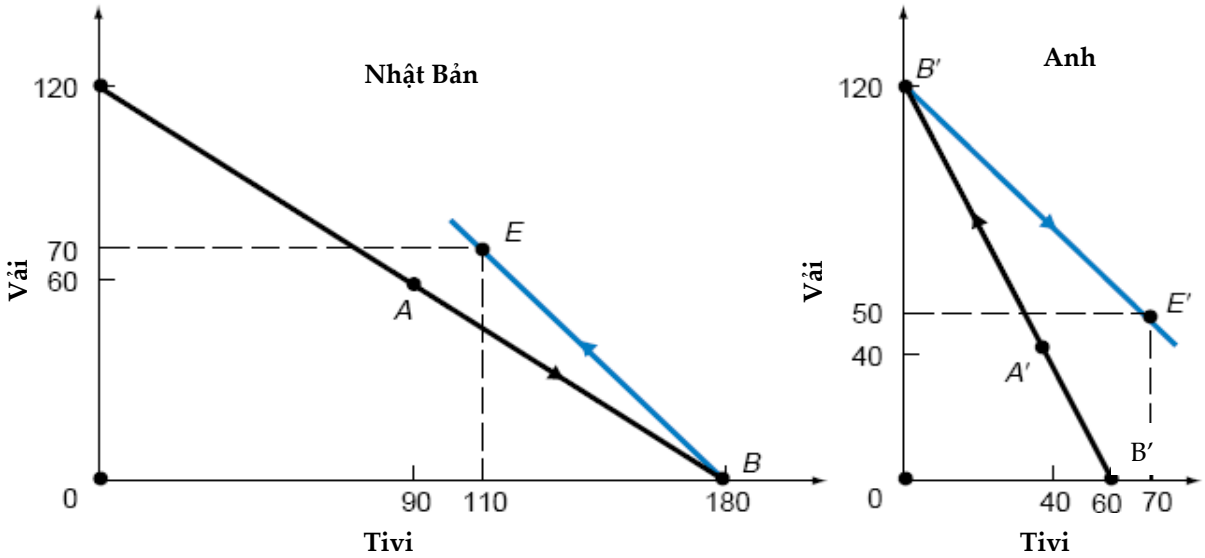
Mỗi một điểm trên PPF biểu hiện một sự phối hợp giữa tivi và vải mà mỗi quốc gia có thể sản xuất được. Ví dụ tại điểm A, Nhật Bản sản xuất 90t và 60v. Tại điểm A', Anh sản xuất được 40t và 40v. Các điểm nằm bên trong PPF biểu hiện nguồn tài nguyên không được sử dụng hoàn toàn hoặc không hiệu quả. Các điểm nằm bên ngoài PPF là không thể đạt được bằng nguồn tài nguyên và kỹ thuật hiện có của các quốc gia.

Giả định rằng giá cả bằng chi phí sản xuất, khi đó giá cả so sánh của tivi so với vải ở Nhật Bản là: Pt/Pv=2/3, còn ở Anh là 2. Như vậy Nhật Bản có lợi thế so sánh về sản xuất tivi (2/3<2). Ngược lại, ta thấy Pv/Pt (ở Nhật) = 3/2; Pv/Pt (ở Anh) = 1/2. Do đó, Anh có lợi thế so sánh về sản xuất vải.

Chính sự khác nhau về giá so sánh là biểu hiện về lợi thế so sánh và sự khác nhau về giá cả sản phẩm so sánh là cơ sở để sinh ra thương mại quốc tế. Nói cách khác, cơ sở để sinh ra thương mại quốc tế là sự khác nhau về chi phí cơ hội trong việc sản xuất ra sản phẩm giữa hai quốc gia.

2.2.2.3. Phân tích lợi ích của thương mại với chi phí cơ hội không đổi

Nếu không có thương mại, một quốc gia chỉ tiêu dùng những gì trong phạm vi khả năng sản xuất của quốc gia đó. Ví dụ Nhật Bản tiêu dùng tại điểm A (90t, 60v), còn Anh tiêu dùng tại điểm A' (40t, 40v) đúng bằng khả năng sản xuất của hai quốc gia.



Hình 2.3: Phân tích lợi ích của thương mại với chi phí cơ hội không đổi

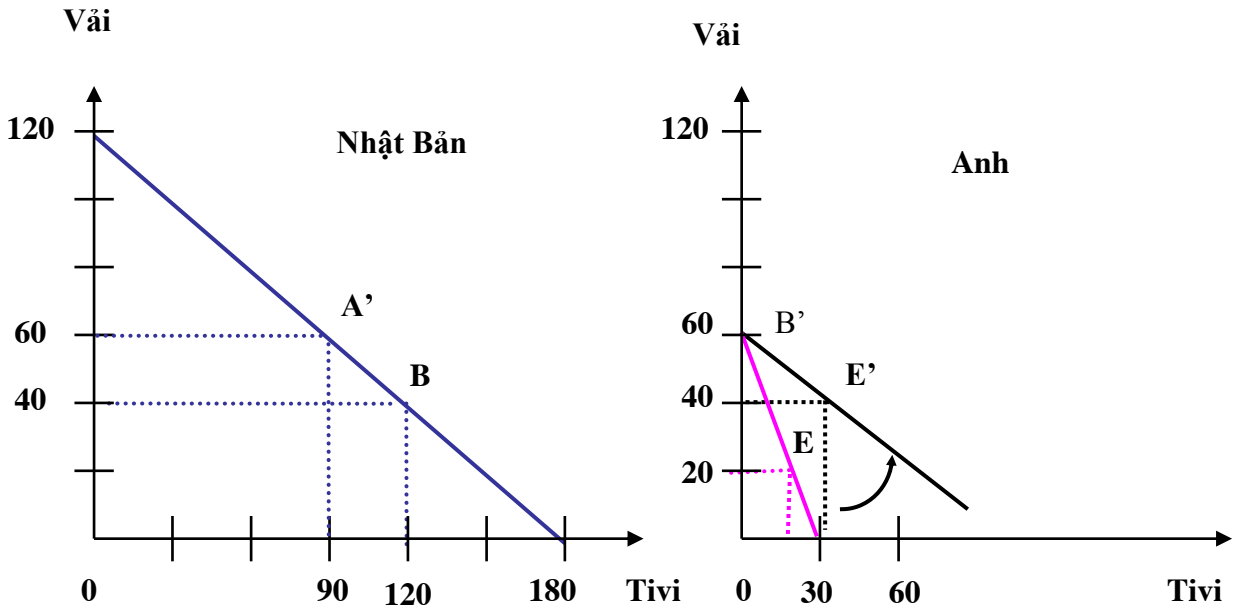
Do chi phí cơ hội trong sản xuất tivi ở Nhật thấp hơn ở Anh nên khi có thương mại, Nhật chuyên môn hóa sản xuất tivi (sản phẩm mà quốc gia này có lợi thế so sánh)

và sản xuất tại điểm B (180t, 0v) trên PPF. Tương tự, Anh sẽ chuyên môn hóa sản xuất vải và sản xuất tại B' (0t, 120v).

Giả thiết khi có thương mại, tỷ lệ trao đổi là 1t = 1v, căn cứ vào nhu cầu tiêu dùng trong nước, Nhật sẽ trao đổi 70t lấy 70v từ Anh. Như vậy, Nhật sẽ tiêu dùng tại điểm E với 110t và 70v (Nhật sản xuất 180t, 0v sau đem đổi 70t để có 70v), còn Anh tiêu dùng tại điểm E' với 70t (do đổi 70v lấy 70t) và 50v (Anh sản xuất 120v đổi 70v lấy 70t nên để dành tiêu dùng trong nước là 50v).

So sánh giữa điểm E với điểm A và điểm E' với điểm A', ta thấy tiêu dùng của cả hai quốc gia đã tăng lên (khả năng tiêu dùng được mở rộng ra phía ngoài), thể hiện lợi ích do thương mại mang lại. Cụ thể là, Nhật được tiêu dùng nhiều hơn 20t và 10v, còn Anh được lợi 30t và 10v so với khi không có thương mại.

Sở dĩ có sự gia tăng tiêu dùng cả hai loại sản phẩm ở cả hai quốc gia là vì có sự gia tăng tổng sản lượng của hai quốc gia. Khi không có thương mại, Nhật sản xuất được 90t và Anh sản xuất 40t, tổng cộng là 130t. Khi có sự chuyên môn hóa và thương mại, 180t đã được sản xuất (tập trung toàn bộ ở Nhật). Tương tự, khi không có thương mại, Nhật sản xuất được 60v và Anh sản xuất được 40v, tổng cộng là 100v. Với chuyên môn hóa và thương mại, 120v đã được sản xuất (tập trung toàn bộ ở Anh). Như vậy, nhờ chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm có lợi thế so sánh mà sản lượng đã gia tăng 50t và 20v, làm gia tăng tiêu dùng ở mỗi quốc gia. Đây cũng chính là lợi ích từ thương mại.



Hình 2.4: Trường hợp buôn bán giữa một nước lớn với một nước nhỏ

Tuy nhiên, cần lưu ý thêm rằng ngay cả khi có thương mại, chuyên môn hóa hoàn toàn trong thực tế không phải lúc nào cũng xảy ra, đặc biệt trong trường hợp một nước lớn đem trao đổi với một nước nhỏ (Hình 2.4).

Giả sử, Anh là một nước nhỏ (quy mô sản xuất và tiêu dùng giảm một nửa so với trước đây). Khi chưa có thương mại, sản xuất và tiêu dùng của Anh đạt ở điểm E (20t, 20v); trong khi đó Nhật đạt ở điểm A (90t, 60v).

Do là một nước nhỏ và có lợi thế so sánh về sản xuất vải nên Anh chuyên môn hóa hoàn toàn vào sản xuất vải và sản xuất đạt tại điểm B' (0t, 60v). Còn Nhật vừa sản xuất tivi, vừa sản xuất vải để đáp ứng nhu cầu của người dân trong nước, giả sử tại điểm B (120t, 40v). Giả sử tỷ lệ trao đổi là Pt/Pv = 2/3, Anh trao đổi với Nhật 20v để đổi lấy 30t và đạt tới điểm tiêu dùng E' (30t, 40v). Nếu so sánh với điểm E, tiêu dùng của Anh đã tăng lên 10t và 20v, đây cũng chính là lợi ích từ thương mại đối với Anh. Trong khi đó, sau khi trao đổi với Anh 30t để lấy 20v, điểm tiêu dùng của Nhật là điểm A' (90t, 60v). Điểm này vẫn nằm trên PPF của Nhật. Như vậy Nhật không có lợi ích gì khi tiến hành thương mại với Anh.

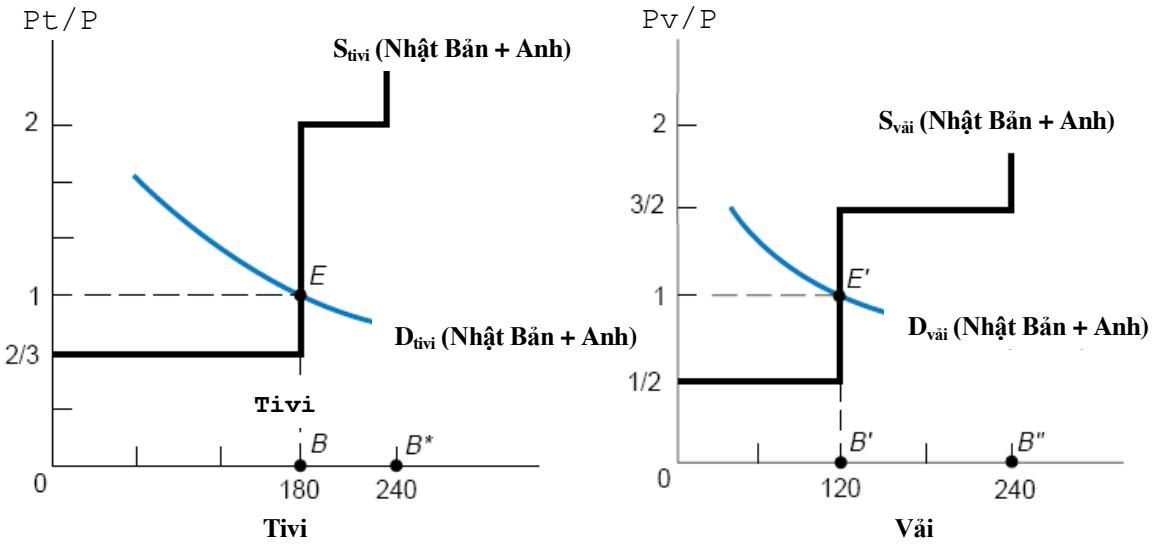
Trong trường hợp này, Nhật và Anh không thể tiếp tục trao đổi theo một tỷ lệ giá là Pt/ Pv = 2/3, mà phải chuyển sang một tỷ lệ trao đổi khác có lợi cho cả hai bên. Tuy nhiên, tỷ lệ trao đổi mới này không phải do Anh quyết định vì Anh là một nước nhỏ, không chi phối được giá cả trên thị trường thế giới. Trách nhiệm đó sẽ thuộc về một nước lớn khác cũng sản xuất vải, giả sử là Đức (nước có lợi thế về sản xuất vải và chuyên môn hóa vào sản xuất vải), Nhật sẽ trao đổi tivi lấy vải của Đức và tỷ lệ trao đổi được xác định dựa trên cung và cầu của hai nước với nguyên tắc cả hai bên cùng có lợi. Lúc này Anh có thể tham gia thị trường thương mại thế giới ở một tỷ lệ trao đổi mới đã được xác lập. Đây cũng là khó khăn, thử thách lớn đối với những nước nhỏ khi tham gia thương mại thế giới. Trong trường hợp này thương mại quốc tế không đảm bảo nguyên tắc hai bên cùng có lợi (đối với nước nhỏ). Nước nhỏ có thể gặp rủi ro nếu nhu cầu về hàng hóa của nước đó bị suy giảm (do đã chuyên môn hóa hoàn toàn mà nước lớn lại không trao đổi).

Hộp 2.4: Xác định mức giá cả sản phẩm so sánh cân bằng dựa theo đường cung và đường cầu của Nhật và Anh?

- Giá cả sản phẩm so sánh cân bằng giữa tivi và vải (đồ thị bên trái Hình 2.5): Nếu Pt/Pv < 2/3 thì cả Nhật và Anh đều không sản xuất tivi. Nếu Pt/Pv = 2/3 thì chỉ có Nhật sản xuất tivi và sản lượng tivi tối đa là 180 triệu chiếc. Nếu Pt/Pv ≥ 2 thì Anh bắt đầu tham gia sản xuất tivi. Sản lượng tối đa mà Nhật và Anh có thể sản xuất được là 240 triệu chiếc. Nếu 2/3 < Pt/Pv < 2 thì Nhật sẽ chuyên môn hóa vào sản xuất tivi, Anh

chuyên môn hóa vào sản xuất vải. Do vậy, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng giữa tivi và vải được xác định bằng đường cung tương đối về tivi của Nhật và Anh giao với đường cầu tương đối về tivi của Nhật và Anh.

- Tương tự, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng giữa vải và tivi (đồ thị bên phải Hình 2.5): Nếu Pv/Pt < 1/2 thì cả Nhật và Anh đều không sản xuất vải. Nếu Pv/Pt = 1/2 thì chỉ có Anh sản xuất vải và sản lượng vải tối đa là 120 triệu mét. Nếu Pv/Pt ≥ 3/2 thì Nhật bắt đầu tham gia sản xuất vải. Sản lượng tối đa mà Nhật và Anh có thể sản xuất được là 240 triệu mét. Nếu 1/2 < Pv/Pt < 3/2 thì Anh sẽ chuyên môn hóa vào sản xuất vải, Nhật chuyên môn hóa vào sản xuất tivi. Do vậy, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng giữa vải và tivi được xác định bằng đường cung tương đối về vải của Nhật và Anh giao với đường cầu tương đối về vải của Nhật và Anh.



Hình 2.5: Giá cả sản phẩm so sánh cân bằng

2.2.2.4. Ưu điểm và hạn chế

Ưu điểm: Lý thuyết thương mại tân cổ điển giải thích thương mại quốc tế dựa trên lợi thế so sánh bằng chi phí cơ hội tránh được giả thiết lao động là yếu tố duy nhất tạo ra giá trị. Ngoài ra, lý thuyết này còn chỉ ra được trường hợp khi quy mô các nước khác nhau thì các nước sẽ chuyên môn hóa khác nhau.

Hạn chế Lý thuyết thương mại tân cổ điển chưa giải thích được thương mại quốc tế với chi phí cơ hội tăng mà trên thực tế, chi phí cơ hội để sản xuất một loại hàng hóa luôn luôn có xu hướng tăng.

TÓM TẮT

Chương này đã trình bày và phân tích các lý thuyết cơ bản và nền tảng của thương mại quốc tế từ cổ điển đến tân cổ điển. Lý thuyết cổ điển bao gồm: các quan điểm của chủ nghĩa trọng thương, lý thuyết lợi thế tuyệt đối của Adam Smith và lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo. Lý thuyết thương mại quốc tế là một hệ thống lý thuyết hoàn chỉnh, phát triển từ thấp lên cao, từ đơn giản đến phức tạp. Những tư tưởng của chủ nghĩa trọng thương đề cao vai trò của xuất khẩu và nhà nước trong việc điều tiết nền kinh tế vẫn còn nguyên giá trị, đặc biệt có ý nghĩa đối với mọi quốc gia. Lý thuyết lợi thế tuyệt đối tuy chưa khái quát và vẫn còn những hạn chế nhưng đã chỉ ra được cơ sở khoa học của thương mại quốc tế tuy chưa tồn tại phổ biến, đặt cơ sở để David Ricardo nghiên cứu đề xuất lý thuyết lợi thế so sánh. Lý thuyết lợi thế so sánh là lý thuyết cơ bản, giải thích cơ sở khoa học tồn tại thương mại phổ biến giữa các quốc gia và có ý nghĩa rất lớn đối với thực tiễn của các nước đang phát triển; tuy nhiên vẫn còn những hạn chế nhất định. Những người theo trường phái Ricardo đã mở rộng mô hình phân tích và đưa lý thuyết của ông ngày càng sát thực tế hơn. Lý thuyết thương mại tân cổ điển với cách tiếp cận mới dựa trên lý thuyết về chi phí cơ hội đã khắc phục được điểm hạn chế của lý thuyết Ricardo, tuy nhiên vẫn không tránh khỏi những hạn chế. Chương sau sẽ tiếp tục nghiên cứu một số lý thuyết hiện đại mang tính thực tế cao hơn.

CÂU HỎI VÀ BÀI TẬP

1. Lợi thế so sánh của một quốc gia là gì? Có bao nhiêu cách tiếp cận về lợi thế so sánh?
2. Nguyên nhân tồn tại thương mại quốc tế và biểu hiện?
3. Phân tích lợi ích của thương mại quốc tế với chi phí cơ hội không đổi.
4. Nêu những ưu điểm và hạn chế của lý thuyết thương mại tân cổ điển?
5. Giả sử năng suất lao động như sau:

Sản phẩm	Quốc gia	
	Pháp	Nhật
Rượu vang (chai/giờ)	2	1
Đồng hồ để bàn (chiếc/giờ)	3	5

a. Quốc gia nào có lợi thế tuyệt đối và lợi thế so sánh về sản xuất sản phẩm nào?

b. Hãy phân tích lợi ích của thương mại dựa trên lợi thế tuyệt đối? Cho biết tỷ lệ trao đổi quốc tế là 2 chai rượu vang đổi được 4 chiếc đồng hồ để bàn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Dominick Salvatore, *International Economics*, seventh edition, Macmillan Publishing Company, New York, 2001.

2. Hoàng Thị Chỉnh (Chủ biên), *Kinh tế quốc tế*, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, 2005.

3. Dennis R. Appleyard, Alfred J. Field, *International Economics: Trade Theory and Policy*, second edition, Irwin, 1995.

4. Võ Thanh Thu, *Quan hệ kinh tế quốc tế*, NXB. Thống kê, H., 2008.

PHỤ LỤC

Lý thuyết lợi thế so sánh và gợi ý đối với Việt Nam trong bối cảnh phát triển hiện nay[4]

Chiến lược phát triển kinh tế theo hướng thị trường mở cửa trong điều kiện khu vực hóa và toàn cầu hóa đang mở ra cho Việt Nam nhiều cơ hội sonh cũng không ít khó khăn, thách thức.

Ngoài mục tiêu hợp tác để bảo vệ nền hòa bình và ổn định khu vực nói riêng và phạm vi thế giới nói chung, Việt Nam gia nhập ASEAN và các tổ chức kinh tế quốc tế còn vì những lý do khác, trong đó mục tiêu và các lợi ích kinh tế trong quá trình hợp tác là vấn đề được ưu tiên.

Muốn hợp tác hội nhập có kết quả, Việt Nam cần xem xét mình có những lợi thế so sánh gì và sẽ bổ sung cơ cấu trong quá trình hội nhập kinh tế với các nước ASEAN và các nước khác trên thế giới ở những lĩnh vực nào?

Việc nghiên cứu lý thuyết lợi thế so sánh và sự phát triển lý thuyết lợi thế so sánh của Ricardo cho phép chúng ta rút ra nhiều gợi ý quan trọng đối với Việt Nam trong bối cảnh mới.

1. Lợi thế so sánh của Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế

Thứ nhất, lợi thế so sánh của Việt Nam là các lợi thế tĩnh hay còn gọi là các lợi thế cấp thấp, nếu các lợi thế này không có khả năng tái sinh thì nó sẽ mất dần. Điều này thể hiện rõ ở hai lợi thế mà Việt Nam đang sở hữu là tài nguyên thiên nhiên và nguồn lao động dồi dào. Mặc dù Việt Nam được coi là một quốc gia phong phú về các loại khoáng sản, nhưng nếu tính theo mức đầu người thì đây không phải là nước giàu khoáng sản. Về lao động, Việt Nam có nguồn lao động trẻ dồi dào, tuy nhiên lực lượng này lại chưa quen với tác phong lao động công nghiệp, việc tiếp cận công nghệ mới còn hạn chế. Do đó, chất lượng lao động không cao song tiền công lao động lại quá cao nếu tính theo năng suất.

Thứ hai, so với các nước ASEAN, hoạt động thương mại và đầu tư của Việt Nam vẫn ở trình độ thấp. Theo số liệu thống kê năm 2007 của WTO, trong 50 nền kinh tế của thế giới được đưa ra phân tích thì Việt Nam xếp thứ 50, đứng cuối danh sách. Đáng chú ý, các nước ASEAN 4 gồm Singapore, Malaysia, Thái Lan và Indonesia lần lượt theo thứ

[4] Nguyễn Xuân Thiên, Báo cáo tại Hội thảo Khoa học Quốc gia do Hội đồng Lý luận Trung ương tổ chức, tháng 1/2010.

tự là 14,19, 25 và 32. Trong điều kiện tương đồng về cấu tạo tài nguyên thì lợi thế dựa trên điều kiện sản xuất cấp thấp sẽ trở nên hạn hẹp. Nếu chỉ dựa vào lợi thế này thì thương mại của Việt Nam trong ASEAN chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ và được coi là kém phát triển. Nguyên nhân chính không phải ở chỗ có sự tương đồng về cấu tạo tài nguyên gây ra mà là ở chỗ các điều kiện sản xuất vốn có của các quốc gia ASEAN hơn hẳn Việt Nam.

Hiện tại lợi thế so sánh cấp thấp (sản xuất sản phẩm sử dụng nhiều yếu tố lao động, giá trị gia tăng thấp) đang là một nhân tố quan trọng hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Nhưng nếu chỉ đơn thuần dựa vào lợi thế này thì Việt Nam khó có khả năng thay đổi và chuyển dịch cơ cấu kinh tế và cơ cấu công nghiệp ở mức độ cao hơn. Hơn nữa, điều kiện tự do của AFTA, cùng với sự phát triển nhiều loại hình công nghệ mới, sẽ hướng các công ty xuyên quốc gia đầu tư vào các nước có điều kiện và lợi thế sản xuất cấp cao hơn (gọi là lợi thế động bao gồm vốn, công nghệ cao, nhân công lành nghề, cơ sở hạ tầng hiện đại…). Trên cơ sở các hoạt động sản xuất, các công ty xuyên quốc gia có thể tận dụng triệt để lợi thế và điều kiện sản xuất của các quốc gia đã có, nhằm tạo ra các sản phẩm hoàn chỉnh, các linh kiện và chi tiết… tại các quốc gia trong điều kiện tự do mậu dịch.

Thứ ba, giá cả của các loại hàng hóa và dịch vụ được sản xuất chủ yếu dựa trên lợi thế về điều kiện sản xuất cấp thấp (nguyên liệu thô, gia công và sơ chế) luôn rẻ hơn so với các mặt hàng chế biến dựa trên lợi thế về các điều kiện sản xuất cấp cao hơn (lao động được đào tạo, công nghệ trung bình thích hợp). Hiện tại Việt Nam đang xuất khẩu dầu thô, gạo, khoáng sản…, do đó nếu chúng ta không đi thẳng vào công nghệ hiện đại sử dụng lao động dồi dào để sản xuất hàng xuất khẩu thì sẽ chịu thiệt thòi về giá hàng xuất khẩu (giá trị gia tăng thấp). Thực tế đó đã được chứng minh qua nhiều năm.

Tuy nhiên, những phân tích trên đây không có nghĩa là Việt Nam phải từ bỏ các lợi thế so sánh cấp thấp, mà cần hiểu lợi thế so sánh cấp thấp chỉ tồn tại trong một thời gian ngắn. Về lâu dài, Việt Nam cần học tập kinh nghiệm của Nhật Bản và NIEs, nhanh chóng chuyển từ lợi thế so sánh cấp thấp sang lợi thế so sánh cấp cao hơn (sản xuất sản phẩm cần nhiều vốn, lao động phải được đào tạo, công nghệ trung bình và cao, năng suất lao động cao và giá trị gia tăng trong sản phẩm lớn). Ở mô hình lợi thế so sánh trong trường hợp nhiều mặt hàng, thời kỳ đầu của quá trình công nghiệp hóa Việt Nam chỉ có lợi thế so sánh cấp thấp, biểu hiện sản xuất ở một số nhóm hàng, mặt hàng sử dụng nhiều lao động và lợi thế về tài nguyên tự nhiên. Nhưng với quá trình phát triển (công nghiệp hóa, hiện đại hóa), Việt Nam sẽ có một bước chuyển rất căn bản: mở rộng lợi thế so sánh ra nhiều mặt hàng, nhóm hàng có giá trị cao. Muốn vậy Việt Nam phải kết hợp đồng thời nhiều yếu tố: vị trí địa lý thuận lợi, tài nguyên thiên nhiên sẵn có và nguồn nhân lực phong phú, trong đó nguồn nhân lực là một yếu tố rất quan trọng để

thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước trong bối cảnh phát triển hiện nay, bởi nó sẽ tạo ra bước nhảy vọt về năng suất.

2. Phát triển đối tác thương mại

Buôn bán và hợp tác bao giờ cũng có bạn hàng (đối tác thương mại). Tổng số 50 quốc gia và vùng lãnh thổ tiêu biểu được WTO đưa ra phân tích năm 2007 chiếm phần lớn kim ngạch xuất khẩu của thế giới là 13006,4 tỷ đôla, tương ứng 93,2%. Có thể tạm thời chia thành ba nhóm: nhóm thứ nhất từ vị trí thứ 1 đến 15 lần lượt là Đức, Trung Quốc, Mỹ, Nhật Bản, Pháp… cho đến Mexico - các nền kinh tế có lợi thế so sánh cấp cao. Nhóm thứ hai từ vị trí thứ 16 (Đài Loan) đến 40 (Chile) - các nền kinh tế có lợi thế so sánh trung bình. Nhóm thứ ba từ nền kinh tế thứ 41 (Nigeria) đến 50 (Việt Nam).

Năm 2007, với kim ngạch đạt 48,4 tỷ đôla, chiếm 0,3% so với thế giới, Việt Nam được xếp hạng trong tốp 50 quốc gia và vùng lãnh thổ của thế giới đứng đầu về xuất khẩu. Ở một khía cạnh nào đấy, nó phản ánh vị thế xuất khẩu của Việt Nam trên thị trường thế giới. Qua số liệu của WTO có thể dễ dàng nhận thấy tính logic và sự hợp lý về lợi thế so sánh của Việt Nam với kim ngạch đạt được (lợi thế so sánh cấp thấp nên kim ngạch đạt được cũng thấp). Ở các nước có lợi thế so sánh cấp cao, kim ngạch xuất khẩu đạt được rất lớn, tiêu biểu là nhóm G7 và một số nước lớn khác. Qua mô hình thương mại của nhiều nước có thể nhận diện Việt Nam sẽ đẩy mạnh buôn bán với các bạn hàng thương mại ở nhóm thứ nhất, vì khoảng cách về trình độ phát triển, quy mô thương mại và cấp độ lợi thế so sánh ở mức chênh lệch lớn nhất. Một nước đang phát triển như Việt Nam cần đẩy mạnh hợp tác buôn bán với nhiều nước, đặc biệt là các nước lớn, nhằm phát huy lợi thế so sánh của Việt Nam trong phân công lao động quốc tế. Trên thực tế, trong những năm qua, các nước lớn như Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc và một số nước khác thuộc nhóm thứ nhất luôn là bạn hàng thương mại hàng đầu của Việt Nam. Theo các số liệu thống kê, năm 2007, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Mỹ đạt 10,2 tỷ đôla, chiếm 21,07% tổng kim ngạch xuất khẩu; trong đó riêng kim ngạch xuất khẩu hàng dệt may đạt 4,4, tỷ đôla, chiếm 43,14% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường Mỹ. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Nhật Bản đạt 6,069 tỷ đôla, chiếm 12,53% trong tổng kim ngạch xuất khẩu và Nhật Bản tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai của Việt Nam sau Mỹ. Hàng xuất khẩu của Việt Nam ngày càng được chấp nhận tại thị trường Nhật Bản, tuy thị phần còn rất khiêm tốn, chỉ đạt xấp xỉ 1% trong tổng kim ngạch nhập khẩu của Nhật Bản (trong khi đó, thị phần của Thái Lan là 2,94%, Malaysia là 2,8%). Việt Nam cũng đã tiến hành buôn bán với nhiều quốc gia và vùng lãnh thổ nhằm phát huy lợi thế so sánh và bổ sung cơ cấu kinh tế. Tuy nhiên, ở đây cũng cần phải nhấn mạnh thêm là, theo David Ricardo có thương mại là do có lợi thế so sánh; nhưng nguồn gốc phát sinh ra lợi thế so sánh thì

phải đợi đến Heckscher – Ohlin mới giải thích được, đó là sự khác nhau giữa các yếu tố thừa tương đối hay là nguồn lực sản xuất vốn có của mỗi quốc gia. Kết quả đạt được về kim ngạch xuất khẩu của mỗi quốc gia nói chung và Việt Nam nói riêng phụ thuộc vào nhiều yếu tố, nhưng cơ sở của vấn đề là một quốc gia có lợi thế so sánh về sản xuất sản phẩm nào, bởi động lực của thương mại là lợi thế so sánh, chứ không phải là lợi thế tuyệt đối.

Cùng với quá trình phát triển và chuyển đổi lợi thế so sánh, Việt Nam sẽ chuyển từ nhóm thứ ba sang nhóm thứ hai (nhóm trung gian), trình độ phát triển cao hơn và quy mô thương mại cũng lớn hơn.

Kết luận

Lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo là lý thuyết cơ sở cơ bản của thương mại quốc tế. Tuy vẫn còn một số hạn chế nhưng lý thuyết lợi thế so sánh có ý nghĩa quan trọng cả về lý luận và thực tiễn đối với mọi quốc gia. Những nhà kinh tế đi sau và theo trường phái Ricardo đã bổ sung và hoàn thiện lý thuyết lợi thế so sánh sát với thực tiễn, làm phong phú thêm lý thuyết này.

Việc nghiên cứu và vận dụng lý thuyết lợi thế so sánh vào tình hình cụ thể của Việt Nam là việc làm cần thiết, góp phần nhận diện lợi thế so sánh của Việt Nam; trên cơ sở đó đưa ra những định hướng và giải pháp thích hợp nhằm phát huy và phát triển lợi thế so sánh của đất nước trong phân công lao động quốc tế, góp phần đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh tế đối ngoại trong bối cảnh mới.

Tài liệu tham khảo

1. Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, *Kinh tế học quốc tế: Lý thuyết và chính sách*, tập I, NXB. Chính trị Quốc gia, H., 1996.
2. Dennis R. Appleyard, Alfred J. Field, *International Economics: Trade Theory and Policy*, second edition, Irwin, 1995.
3. Ngân hàng Thế giới, *Sổ tay về phát triển, thương mại và WTO*, NXB. Chính trị Quốc gia, H., 2004.
4. Dominick Salvatore, *International Economics*, seventh edition, Macmillan Publishing Company, New York, 2001.
5. Bộ Thương mại, Tài liệu bồi dưỡng về các cam kết gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới của Việt Nam, H., 2007.
6. David Ricardo, *Principles of Political Economy and Taxation*, Irwin, 1963.

7. Lê Quốc Phương, "Sự chuyển dịch cơ cấu lợi thế so sánh của Việt Nam: Phân tích, nhận định và khuyến nghị", *Tạp chí Quản lý Kinh tế*, số 23/11+12/2008.
8. Võ Thanh Thu, *Quan hệ kinh tế quốc tế*, NXB. Thống kê, 2008.
9. Nguyễn Xuân Thiên, "Hợp tác kinh tế Việt Nam – ASEAN: Nhìn từ lợi thế so sánh và bổ sung cơ cấu", *Tạp chí Thông tin Lý luận*, số 3/1998.
10. http://www.wto.org
11. http://unctad.org.org

CHƯƠNG 3
LÝ THUYẾT HIỆN ĐẠI VỀ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

3.1. LÝ THUYẾT CHUẨN VỀ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

3.1.1. Giới thiệu

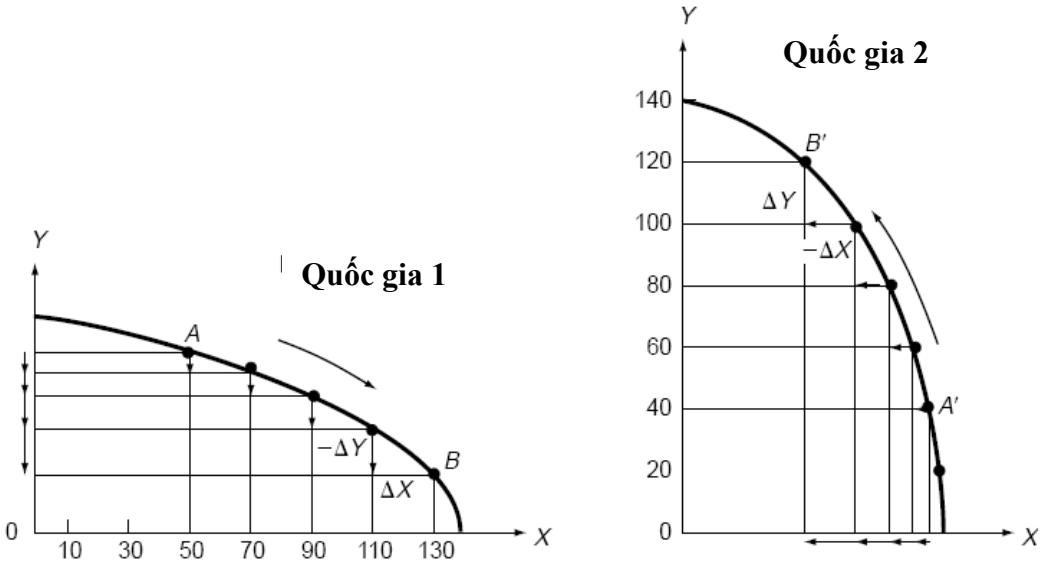
Phần này mở rộng mô hình thương mại quốc tế giản đơn để làm cho nó thực tế hơn thông qua lý thuyết về chi phí cơ hội tăng. Sở thích và nhu cầu của các quốc gia sẽ được thể hiện bằng đường bàng quan. Chúng ta cũng sẽ xem xét cung và cầu tác động như thế nào tới giá cả tương đối của hàng hóa ở mỗi quốc gia khi chưa có thương mại quốc tế với chi phí cơ hội tăng. Và chúng ta cũng sẽ thấy được lợi thế so sánh của mỗi quốc gia trong trường hợp này.

Sau đó, chúng ta sẽ xem xét trường hợp khi tham gia thương mại quốc tế, mỗi quốc gia sẽ có lợi ích thế nào thông qua chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu mặt hàng có lợi thế so sánh, đồng thời nhập khẩu mặt hàng không có lợi thế so sánh. Chúng ta sẽ gọi hai quốc gia là quốc gia 1 và quốc gia 2, hai loại hàng hóa là X và Y.

3.1.2. PPF với chi phí cơ hội tăng

Trên thực tế, một quốc gia phải đối mặt với chi phí cơ hội tăng chứ không phải chi phí cơ hội là bất biến. Chi phí cơ hội tăng khiến quốc gia phải hy sinh (bỏ ra) ngày càng nhiều hơn số lượng sản phẩm thứ hai để dành đủ tài nguyên cho việc sản xuất thêm một đơn vị sản phẩm khác.

Trong điều kiện chi phí cơ hội tăng, PPF là một đường cong lõm nhìn từ gốc tọa độ. Nhìn bên ngoài, đó là một đường cong lồi (không phải đường thẳng). Chi phí cơ hội tăng do nguồn lực của các yếu tố sản xuất là không đồng nhất và không được sử dụng với cùng một tỷ lệ cố định trong sản xuất tất cả các loại hàng hóa.



Hình 3.1: PPF với chi phí cơ hội tăng

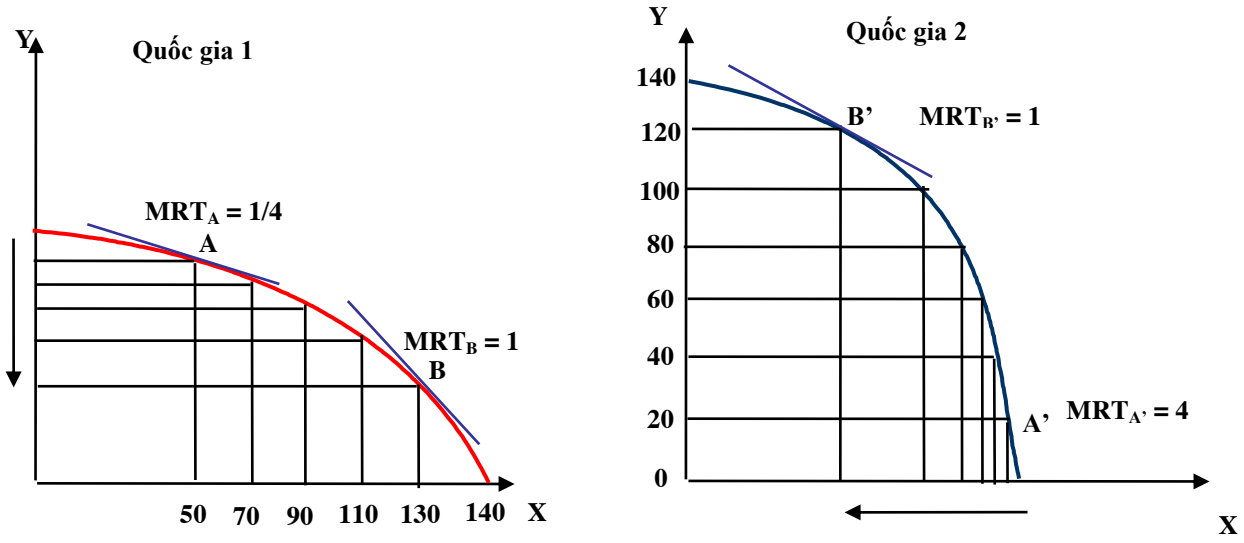
Hình 3.1 cho thấy mỗi một đơn vị thêm vào 20X ở quốc gia 1 đòi hỏi phải bỏ ra ngày càng nhiều Y hơn. Tương tự, đối với mỗi đơn vị thêm vào 20Y thì quốc gia 2 cũng phải bỏ ra nhiều hơn sản phẩm X.

3.1.3. Tỷ lệ dịch chuyển biên

Khái niệm chi phí cơ hội tăng được biểu thị qua một khái niệm mới là tỷ lệ dịch chuyển biên (marginal rate of transformnation - MRT). MRT của sản phẩm X đối với sản phẩm Y được biểu thị thông qua số lượng sản phẩm Y mà quốc gia phải bỏ ra để sản xuất tăng thêm một đơn vị sản phẩm X.

$$\mathbf{MRT}_{\mathbf{X/Y}} = \frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

MRT được đo bằng độ nghiêng tuyệt đối của PPF tại điểm sản xuất.



Hình 3.2: Tỷ lệ dịch chuyển biên

Hình 3.2 cho thấy MRT của quốc gia 1 tại điểm A là 1/4 có nghĩa là quốc gia 1 phải hy sinh 1/4 đơn vị sản phẩm Y để có đủ tài nguyên sản xuất một đơn vị sản phẩm X tại điểm đó. Tương tự, tại điểm B, MRT_B =1 nghĩa là quốc gia 1 phải bỏ ra 1 đơn vị sản phẩm Y để có thể sản xuất tăng thêm 1 đơn vị sản phẩm X tại điểm đó.

Như vậy, việc di chuyển từ A đến B chính là sự hy sinh ngày càng nhiều sản phẩm Y hơn, đồng thời là sự tăng dần chi phí cơ hội. Điều này trái với trường hợp trước đây khi chi phí cơ hội là bất biến.

Đối với quốc gia 2, tại điểm B', quốc gia 2 phải hy sinh một sản phẩm X để sản xuất tăng thêm một sản phẩm Y. Sự di chuyển từ A' đến B' nghĩa là phải hy sinh nhiều sản phẩm X hơn.

Như vậy, từ bất cứ điểm nào trên đường PPF ta cũng xác định được MRT của nó và từ đó có thể so sánh giá cả tương đối của các loại hàng hóa giữa các quốc gia.

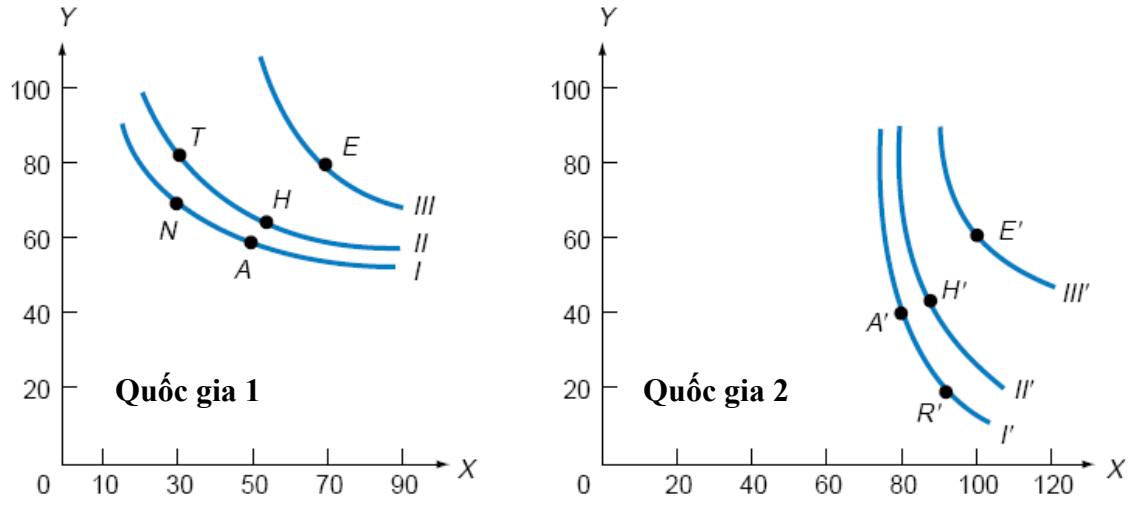
3.1.4. Đường bàng quan cộng đồng

Cho tới lúc này, chúng ta đã biết việc sản xuất và đường cung của một quốc gia được thể hiện thông qua PPF. Bây giờ chúng ta sẽ xem xét sở thích, nhu cầu của một quốc gia. Điều này được thể hiện trên đường bàng quan cộng đồng (Community indifference curve - CIC).

CIC chỉ ra những sự kết hợp khác nhau của hai loại sản phẩm, mà những kết hợp này đem lại độ thỏa dụng như nhau cho người tiêu dùng. Nghĩa là người tiêu dùng có

thái độ bàng quan giữa hai điểm bất kỳ trên đường bàng quan đó. CIC càng cao, càng xa hơn so với gốc tọa độ thì sự thỏa mãn càng lớn. CIC càng thấp thì sự thỏa mãn càng ít.

Đặc điểm của CIC: Lồi nhìn từ gốc tọa độ; có độ dốc âm (độ nghiêng có giá trị âm) và các CIC không giao nhau.



Hình 3.3: CIC của quốc gia 1 và quốc gia 2

Hình 3.3 cho thấy 3 CIC của quốc gia 1 và quốc gia 2. Chúng khác nhau bởi thị hiếu hay sở thích của người tiêu dùng khác nhau ở 2 quốc gia. Điểm N và điểm A là những điểm tương đương nhau về sự thỏa mãn hay có một độ thỏa mãn ngang nhau đối với người tiêu dùng ở quốc gia 1 vì chúng đều nằm trên cùng một đường bàng quan I. Điểm T và điểm H có mức độ thỏa mãn cao hơn điểm N và điểm A, cao nhất là điểm E (theo tính chất của các CIC đã nói ở trên). Tương tự, đối với quốc gia 2, mức độ thỏa mãn của người tiêu dùng tại A′ và R′ là như nhau, cao hơn tại điểm H′ và cao nhất tại điểm E′ hay mức độ thỏa mãn của người tiêu dùng tại A′ = R′ < H′ < E′.

Sự tiêu dùng của mỗi quốc gia chuyển động trên mỗi CIC và giữa các CIC khác nhau. Khi sự tiêu dùng của mỗi quốc gia chuyển động trên mỗi CIC thì ta gọi đó là sự đánh đổi, còn khi sự tiêu dùng của mỗi quốc gia chuyển động giữa các CIC khác nhau thì ta gọi đó là sự thay đổi độ thỏa dụng. Chẳng hạn tiêu dùng của quốc gia 1 chuyển động từ N đến A trên đường bàng quan I, sản phẩm X sẽ được tiêu dùng nhiều lên nhưng sản phẩm Y sẽ ít đi. Tương tự, tại điểm R′, quốc gia 2 sẽ tiêu dùng nhiều sản phẩm X, nhưng lại ít sản phẩm Y hơn so với mức tiêu dùng tại điểm A′.

Một vấn đề đặt ra là bằng cách nào để biểu thị số lượng sản phẩm Y mà quốc gia 1 phải bỏ ra để thay thế tiêu dùng trên một đơn vị sản phẩm X, làm cho mức độ thỏa

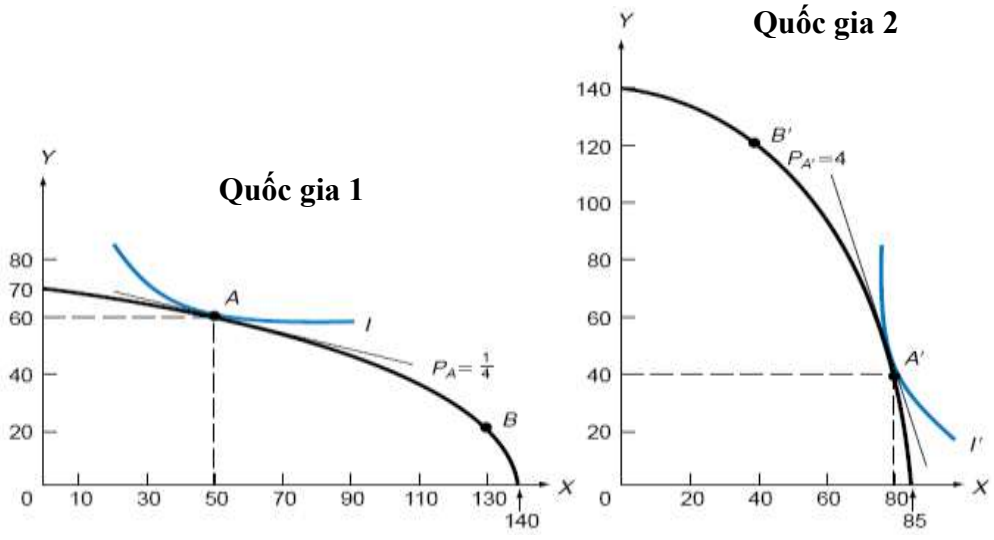
mãn chung là không thay đổi. Để trả lời câu hỏi này, người ta dùng một đại lượng có tên gọi là tỷ lệ thay thế biên (Marginal rate of substitution – MRS). MRS được đo bằng độ nghiêng của CIC tại điểm tiêu dùng. Trên Hình 3.3, độ dốc hay MRS của đường bàng quan I tại điểm N lớn hơn so với điểm A. Tương tự, độ dốc hay MRS của đường bàng quan I′ tại điểm A′ lớn hơn so với điểm R′.

3.1.5. Phân tích cơ sở và lợi ích của thương mại với chi phí cơ hội tăng

3.1.5.1. Phân tích trạng thái cân bằng khi chưa có thương mại

Khi không có thương mại, một quốc gia đạt trạng thái cân bằng khi CIC cao nhất tiếp xúc với PPF tại điểm sản xuất. Như vậy, khi không có thương mại, điểm cân bằng của quốc gia 1 chính là điểm A (điểm gặp nhau giữa đường bàng quan I và PPF). Tương tự, quốc gia 2 đạt trạng thái cân bằng tại điểm A′ (điểm tiếp tuyến giữa đường bàng quan I′ và PPF). Quốc gia 1 và quốc gia 2 đạt tới lợi ích cực đại khi sản xuất và tiêu dùng tại điểm A và điểm A′ (Hình 3.4)

Khi không có thương mại, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng (Equilibrium relative commodity price) được xác định bởi độ nghiêng của đường tiếp tuyến chung giữa PPF của quốc gia với CIC tại điểm cân bằng (tức là tại điểm tự cung tự cấp của sản xuất và tiêu dùng). Tại quốc gia 1, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng là $P_A = P_X/P_Y = 1/4$. Ở quốc gia 2, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng là $P_{A'} = P_X/P_Y = 4$. Giá cả sản phẩm so sánh cân bằng khác nhau ở hai quốc gia bởi sự khác nhau về vị trí và hình dạng của PPF và CIC của hai quốc gia.



Hình 3.4: Giá cả sản phẩm so sánh cân bằng của quốc gia 1 và quốc gia 2 khi không có thương mại

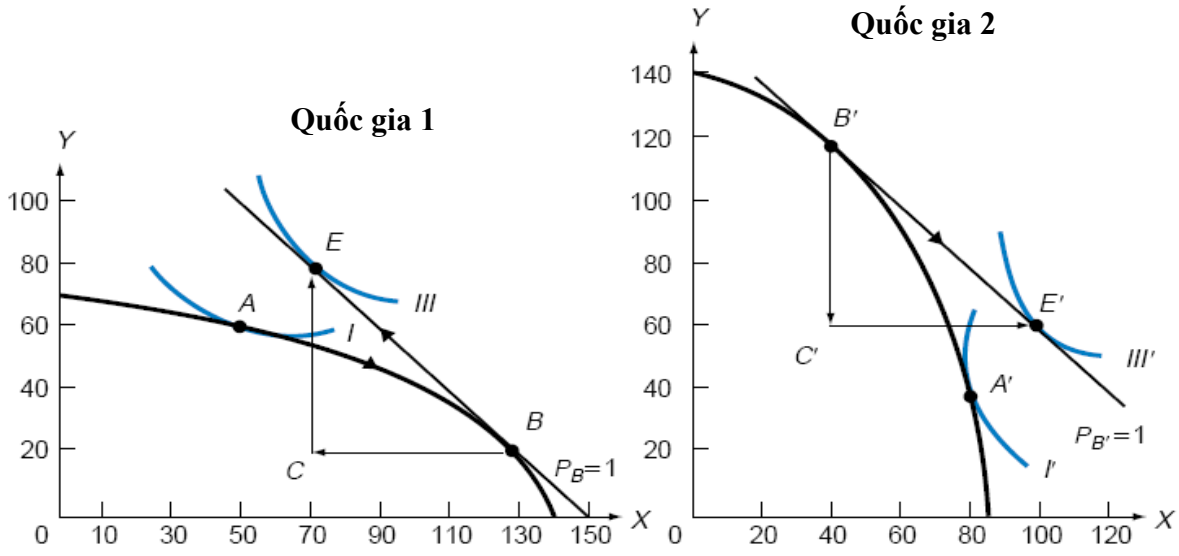
Do $P_A < P_{A'}$ nên quốc gia 1 có lợi thế so sánh đối với sản phẩm X và ngược lại, quốc gia 2 có lợi thế so sánh đối với sản phẩm Y. Theo quy luật lợi thế so sánh, cả hai quốc gia đều cùng có lợi nếu quốc gia 1 chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu sản phẩm X để đổi lấy sản phẩm Y từ quốc gia 2 còn quốc gia 2 chuyên môn hóa sản xuất và xuất khẩu sản phẩm Y để đổi lấy sản phẩm X từ quốc gia 1.

Lưu ý, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng trongtại mỗi quốc gia được xác định dựa trên mối quan hệ cung cầu. Cung ở đây là PPF của quốc gia và cầu được coi như là tổng hợp biểu đồ bàng quan thể hiện sự tiêu dùng của quốc gia. Đây là điểm hơn hẳn, mang tính thực tế cao hơn so với trường hợp chi phí cơ hội cố định.

3.1.5.2. Cơ sở và lợi ích khi có thương mại

Do giá cả sản phẩm so sánh giữa hai quốc gia là khác nhau thể hiện lợi thế so sánh của hai quốc gia đối với từng loại sản phẩm nên hai quốc gia sẽ tiến hành chuyên môn hóa và trao đổi hàng hóa với nhau để cùng có lợi.

Tuy nhiên, khi mỗi quốc gia chuyên môn hóa vào sản xuất sản phẩm mà họ có lợi thế so sánh thì họ phải gánh chịu một chi phí cơ hội tăng lên. Vì vậy, quá trình chuyên môn hóa chỉ tiếp tục cho đến khi nào giá cả sản phẩm so sánh ở cả hai quốc gia bằng nhau. Tại đó thương mại đạt trạng thái cân bằng, cả hai quốc gia đều tiêu dùng nhiều hơn so với khi không có thương mại. Cụ thể như sau:



Hình 3.5: Minh họa lợi ích từ thương mại với chi phí cơ hội tăng ở quốc gia 1 và quốc gia 2

Quốc gia 1 bắt đầu chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm X từ điểm cân bằng khi không có thương mại (điểm A) và di chuyển xuống phía dưới trên đường PPF, gánh chịu chi phí cơ hội tăng trong sản xuất sản phẩm X (thể hiện độ nghiêng tăng lên của PPF).

Tương tự, quốc gia 2 bắt đầu chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm Y từ điểm cân bằng khi không có thương mại (điểm A') và chuyển động lên phía trên theo đường PPF, gánh chịu chi phí cơ hội tăng trong sản xuất sản phẩm Y (thể hiện độ nghiêng giảm của PPF - một sự giảm chi phí cơ hội của sản phẩm X, nghĩa là làm tăng chi phí cơ hội đối với sản phẩm Y).

Quá trình chuyên môn hóa cứ tiếp tục cho đến khi giá cả sản phẩm so sánh bằng nhau giữa hai quốc gia. Giá cả sản phẩm so sánh chung đó sẽ đạt tới mức nào đấy giữa 1/4 và 4 (các mức giá cả sản phẩm so sánh của hai quốc gia trước khi có thương mại). Tại điểm này mậu dịch sẽ cân bằng. Trên Hình 3.5, điểm cân bằng đó là $P_B = P_{B'} = 1$.

Khi có thương mại, sản xuất của quốc gia 1 sẽ chuyển từ điểm A xuống điểm B trên PPF. Tại đây quốc gia 1 đổi 60X lấy 60Y từ quốc gia 2 (tỷ lệ trao đổi là 1 - 1). Cuối cùng quốc gia 1 sẽ tiêu dùng tại điểm E (70X, 80Y) trên đường bàng quan III. So sánh với điểm A trên đường bàng quan I thì quốc gia 1 đã có lợi 20X và 20Y. Tương tự, sản xuất của quốc gia 2 sẽ chuyển từ điểm A' lên phía trên đến điểm B' trên PPF và trao đổi 60Y lấy 60X từ quốc gia 1. Cuối cùng quốc gia 2 sẽ đạt điểm tiêu dùng tại E' (100X, 60Y) trên đường bàng quan III'. So sánh với trước khi có thương mại, với điểm A' (80X, 40Y), thì quốc gia 2 cũng được lợi 20X và 20Y.

Như vậy, nhờ có thương mại, tiêu dùng của hai quốc gia về hai loại sản phẩm đã tăng lên, thương mại thỏa mãn lợi ích là như nhau. Với chuyên môn hóa trong sản xuất và thương mại, mỗi quốc gia có thể tiêu dùng tại điểm nằm ngoài PPF của họ.

3.1.5.3. Trường hợp nước nhỏ với chi phí cơ hội tăng

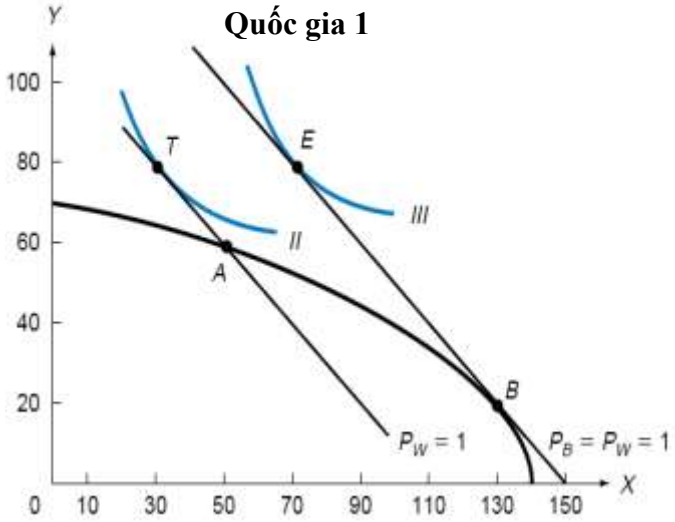
Giả sử quốc gia 1 là nước nhỏ và giá cả sản phẩm so sánh cân bằng của hàng hóa X trên thị trường thế giới là $P_w = 1$, không bị ảnh hưởng bởi nước nhỏ. Trước khi có thương mại, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng của hàng hóa X tại quốc gia 1 là $P_A = 1/4 < P_w$ nên quốc gia 1 có lợi thế so sánh trong hàng hóa X. Do vậy, khi có thương mại, quốc gia 1 sẽ chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa X và dịch chuyển xuống phía dưới đường PPF cho tới khi chuyển tới điểm B trên PPF mà tại đó $P_B = P_w = 1$.

Điều đó có nghĩa, mặc dù là nước nhỏ nhưng quốc gia 1 cũng không chuyên môn hóa hoàn toàn (khác với trường hợp chi phí cơ hội không đổi trong lý thuyết tân cổ

điển). Thông qua trao đổi 60X lấy 60Y, quốc gia 1 tiêu dùng tại điểm E và thu thêm được 20X và 20Y, tương tự như trường hợp quốc gia 1 không phải là nước nhỏ. Điểm khác nhau là ở chỗ, do quốc gia 1 là nước nhỏ nên nó không thể ảnh hưởng đến giá cả sản phẩm so sánh cân bằng của quốc gia 2 và quốc gia 1 thu được toàn bộ thặng dư thương mại. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng, vì quốc gia 1 là nước nhỏ nên khi tham gia thương mại quốc tế nó phải chấp nhận mức giá trao đổi do các nước lớn quyết định. Đây chính là điểm thiệt thòi của các nước nhỏ khi tham gia thương mại quốc tế.

Hộp 3.1: Phần thu được từ trao đổi và từ chuyên môn hóa trong trường hợp nước nhỏ

Nếu quốc gia 1 không chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa X mà vẫn sản xuất tại điểm A khi có thương mại, quốc gia đó có thể xuất khẩu 20X để nhập khẩu 20Y tại mức giá thế giới $P_w = 1$ và tiêu dùng tại điểsm T trên đường bàng quan số II. Do vậy, phần tiêu dùng tăng từ A đến T là phần thu được thông qua trao đổi.



Hình 3.6: Lợi ích thu được từ trao đổi và chuyên môn hóa

Nếu quốc gia 1 chuyên môn hóa sản xuất chuyển tới điểm B, quốc gia đó có thể tiêu dùng tại điểm E trên đường bàng quan số III. Tiêu dùng tăng từ T đến E là do chuyên môn hóa trong sản xuất mang lại.

Hộp 3.2: Sự khác nhau giữa mô hình thương mại với chi phí cơ hội tăng và chi phí cơ hội cố định

Với chi phí cơ hội cố định, cả hai quốc gia sẽ chuyên môn hóa hoàn toàn trong sản xuất hàng hóa có lợi thế so sánh của họ. Ngược lại, với chi phí cơ hội tăng, hai quốc gia chuyên môn hóa không hoàn toàn trong sản xuất. Ví dụ, quốc gia 1 sản xuất nhiều hàng hóa X (hàng hóa họ có lợi thế so sánh) khi có thương mại nhưng họ vẫn tiếp tục sản xuất hàng hóa Y (điểm B). Tương tự, quốc gia 2 vẫn sản xuất hàng hóa X khi có thương mại mặc dù họ chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa Y (điểm B′).

Nguyên nhân là khi quốc gia 1 chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa X, họ gặp phải chi phí cơ hội tăng trong sản xuất hàng hóa X. Khi quốc gia 2 chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa Y, họ gặp phải chi phí cơ hội tăng trong sản xuất hàng hóa Y. Kết quả là, khi

một quốc gia chuyên môn hóa sản xuất hàng hóa mà họ có lợi thế so sánh, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng vận động tiến tới mức giá $P_B = P_{B'} = 1$.

3.1.5.4. Ưu điểm và hạn chế

Ưu điểm: Lý thuyết thương mại với chi phí cơ hội tăng cho thấy ngay cả khi thương mại chưa xảy ra, quốc gia nào có lợi thế so sánh trong mặt hàng nào sẽ tăng cường sản xuất mặt hàng đó. Do vậy, lý thuyết này tiếp cận thực tế gần hơn và có tính thuyết phục hơn.

Hạn chế: Lý thuyết thương mại với chi phí cơ hội tăng đã chỉ ra nguyên nhân hình thành thương mại quốc tế là do sự khác nhau về giá cả sản phẩm so sánh cân bằng giữa các quốc gia nhưng chưa nói rõ vì sao lại có sự khác nhau này. Hay nói cách khác, lý thuyết này chưa giải thích nguồn gốc hình thành giá cả sản phẩm so sánh cân bằng ở mỗi quốc gia, do vậy đòi hỏi phải có một lý thuyết khác với khả năng phân tích sâu hơn.

3.2. NGUỒN LỰC SẢN XUẤT VỐN CÓ VÀ LÝ THUYẾT HECKSCHER – OHLIN (LÝ THUYẾT H-O)

3.2.1. Giới thiệu

Trong phần này, chúng ta sẽ mở rộng mô hình thương mại theo hai hướng quan trọng. Đầu tiên, chúng ta sẽ giải thích nguyên nhân (điều gì quyết định) lợi thế so sánh. Phần trước đã chỉ rõ sự khác biệt về giá cả tương đối giữa hai quốc gia sẽ quyết định lợi thế so sánh và lợi ích của thương mại quốc tế. Bây giờ, chúng ta sẽ đi sâu giải thích lý do hay nguyên nhân dẫn tới sự khác biệt về giá cả tương đối của hai quốc gia. Ngoài ra, hướng thứ hai là chúng ta mở rộng mô hình thương mại và phân tích tác động của thương mại quốc tế đối với thu nhập của các yếu tố sản xuất ở hai quốc gia tham gia thương mại quốc tế. Cụ thể hơn, chúng ta sẽ xem xét tác động của thương mại quốc tế đối với thu nhập của lao động và vốn cũng như sự khác biệt về thu nhập giữa các quốc gia.

Hai vấn đề trên đây đều bị các nhà kinh tế học cổ điển như Smith, Ricardo và Mill bỏ qua không xem xét. Theo các nhà kinh tế học cổ điển, lợi thế so sánh được hình thành từ sự khác biệt về năng suất lao động (yếu tố sản xuất duy nhất được đưa vào xem xét) giữa các quốc gia nhưng họ lại không thể giải thích nguyên nhân nào dẫn tới sự khác biệt năng suất lao động, ngoại trừ việc họ cho rằng đó là do sự khác biệt về khí hậu giữa các quốc gia. Lý thuyết H-O có bước tiến xa hơn bằng việc mở rộng các mô hình thương mại đã được nghiên cứu ở phần trước để phân tích nguyên nhân hình thành lợi thế so sánh và tác động của thương mại quốc tế đối với thu nhập của các yếu tố sản xuất.

3.2.2. Các giả định của lý thuyết H-O

Lý thuyết H-O dựa trên một số giả định đơn giản (một số giả định do chính Heckscher và Ohlin đưa ra). Thay vì xem xét các giả định này ở mỗi phần phân tích, chúng ta sẽ phân tích logic hơn bằng cách giới thiệu toàn bộ các giả định và giải thích chúng trước khi đi vào xem xét mô hình. Điều này không chỉ làm cho lý thuyết này đơn giản hơn mà còn giúp nó dễ hiểu và dễ phân tích hơn.

3.2.2.1. Các giả định

Lý thuyết H-O dựa trên các giả định sau:

1. Chỉ có hai quốc gia (quốc gia 1 và quốc gia 2), hai loại hàng hóa (hàng hóa X và hàng hóa Y) và hai yếu tố sản xuất (lao động L và vốn K).
2. Cả hai quốc gia đều sử dụng công nghệ sản xuất như nhau.
3. Ở cả hai quốc gia, sản xuất hàng hóa X cần sử dụng tương đối nhiều lao động và sản xuất hàng hóa Y cần sử dụng tương đối nhiều vốn.
4. Lợi suất theo quy mô là không đổi
5. Chuyên môn hóa không hoàn toàn ở cả hai quốc gia.
6. Sở thích là như nhau ở cả hai quốc gia.
7. Cạnh tranh hoàn hảo ở cả hai thị trường hàng hóa và thị trường các yếu tố sản xuất của cả hai quốc gia.
8. Yếu tố sản xuất di chuyển tự do trong nội địa các quốc gia nhưng không được di chuyển quốc tế.
9. Không có chi phí vận chuyển, thuế quan và bất kỳ cản trở nào đối với thương mại quốc tế.
10. Các nguồn lực được sử dụng hết (toàn dụng) ở cả hai quốc gia.
11. Thương mại quốc tế cân bằng ở hai quốc gia hay xuất khẩu của nước này chính bằng nhập khẩu của nước kia và ngược lại.

3.2.2.2. Ý nghĩa của các giả định

Ý nghĩa của giả định 1 (hai quốc gia, hai loại hàng hóa và hai yếu tố sản xuất) rất rõ ràng là giúp chúng ta đơn giản hóa mô hình phân tích. Giả định này sẽ giúp chúng ta mở rộng mô hình một cách thực tế hơn (nghĩa là có thể xem xét trường hợp nhiều hơn hai quốc gia, nhiều hơn hai loại hàng hóa và nhiều hơn hai yếu tố sản xuất). Tuy nhiên, kết luận của lý thuyết là không đổi.

Giả định 2 (hai quốc gia sử dụng công nghệ như nhau) nghĩa là cả hai quốc gia đều sử dụng cùng một công nghệ để sản xuất hàng hóa. Do đó, nếu giá cả yếu tố sản

xuất như nhau ở hai quốc gia thì nhà sản xuất ở hai quốc gia sẽ sử dụng chính xác cùng một lượng vốn và lao động để sản xuất ra mỗi loại hàng hóa. Vì giá của yếu tố sản xuất luôn khác nhau nên nhà sản xuất ở mỗi quốc gia sẽ sử dụng nhiều hơn yếu tố sản xuất nào có giá rẻ hơn để giảm thiểu chi phí sản xuất.

Giả định 3 (ở cả hai quốc gia, hàng hóa X sử dụng tương đối nhiều lao động hơn và hàng hóa Y sử dụng tương đối nhiều vốn hơn) nghĩa là ở cả hai quốc gia việc sản xuất hàng hóa X đòi hỏi sử dụng tương đối nhiều lao động hơn so với hàng hóa Y. Cụ thể hơn, điều này nghĩa là tỷ lệ lao động trên vốn của hàng hóa X cao hơn tỷ lệ lao động trên vốn của hàng hóa Y. Điều này cũng tương đương với tỷ lệ vốn trên lao động (K/L) của hàng hóa X thấp hơn của hàng hóa Y. Nhưng điều này không có nghĩa là tỷ lệ K/L của X giống nhau ở cả hai quốc gia, mà chúng ta phải hiểu là tỷ lệ K/L của X thấp hơn của Y ở cả hai quốc gia.

Giả định 4 (cả hai loại hàng hóa đều có lợi suất theo quy mô là không đổi) nghĩa là việc tăng lao động và vốn để sản xuất bất kỳ hàng hóa nào cũng sẽ làm tăng sản lượng hàng hóa đó theo cùng một tỷ lệ. Ví dụ, nếu quốc gia 1 tăng 10% cả lao động và vốn để sản xuất X thì sản lượng hàng hóa X sẽ tăng thêm 10%. Nếu quốc gia đó tăng gấp đôi lao động và vốn thì lượng hàng hóa X sẽ tăng gấp đôi. Điều này cũng đúng với hàng hóa Y ở quốc gia 2.

Giả định 5 (chuyên môn hóa không hoàn toàn ở cả hai quốc gia) nghĩa là cho dù thương mại tự do thì cả hai quốc gia vẫn sản xuất cả hai loại hàng hóa. Điều này ngụ ý rằng không có quốc gia nào là "quá nhỏ".

Giả định 6 (sở thích là như nhau ở cả hai quốc gia) nghĩa là nhu cầu được biểu hiện trên hình dáng và vị trí của đường bàng quan ở cả hai quốc gia là như nhau. Do đó, khi giá cả tương quan của hàng hóa như nhau ở hai quốc gia (do thương mại tự do) thì cả hai quốc gia sẽ tiêu dùng hàng hóa X và Y theo một tỷ lệ như nhau.

Giả định 7 (cạnh tranh hoàn hảo ở cả hai thị trường hàng hóa và yếu tố sản xuất) nghĩa là các nhà sản xuất, người tiêu dùng và những người buôn bán hàng hóa X và Y ở cả hai quốc gia đều nhỏ đến mức không thể tác động tới giá cả của hàng hóa. Điều này cũng đúng với người sử dụng và cung ứng yếu tố sản xuất. Cạnh tranh hoàn hảo cũng có nghĩa trong dài hạn, giá cả hàng hóa sẽ bằng với chi phí để sản xuất ra hàng hóa đó, và sau khi tính hết cả các loại chi phí sẽ không có lợi nhuận (kinh tế) dư ra. Cuối cùng, cạnh tranh hoàn hảo nghĩa là tất cả các nhà sản xuất, người tiêu dùng và người sở hữu các yếu tố sản xuất đều biết rõ về giá cả hàng hóa và giá của các yếu tố sản xuất trong các ngành và ở các quốc gia.

Giả định 8 (các yếu tố sản xuất di chuyển tự do trong phạm vi quốc gia nhưng không thể di chuyển quốc tế) nghĩa là lao động và vốn được tự do di chuyển và phải di chuyển thật nhanh chóng, dễ dàng từ khu vực này sang khu vực khác, từ ngành này sang ngành khác, từ nơi có thu nhập thấp sang nơi có thu nhập cao và chỉ dừng lại cho đến khi thu nhập của vốn và thu nhập của lao động là như nhau giữa các quốc gia. Mặt khác, việc di chuyển quốc tế các yếu tố sản xuất là bằng không (không có sự di chuyển quốc tế các yếu tố sản xuất) và vì thế sự khác biệt quốc tế về thu nhập của các yếu tố sản xuất sẽ vẫn tồn tại và không thể xác định khi không có thương mại quốc tế.

Giả định 9 (không có chi phí vận chuyển, không có thuế quan và không có bất kỳ cản trở nào đối với thương mại quốc tế) nghĩa là chuyên môn hóa sản xuất diễn ra cho tới khi nào thương mại quốc tế làm cho giá cả tương đối (và tuyệt đối) của hàng hóa là như nhau ở hai quốc gia. Nếu chúng ta tính tới chi phí vận chuyển và thuế quan thì chuyên môn hóa sẽ diễn ra cho tới khi giá cả hàng hóa tương đối (và tuyệt đối) lớn hơn giá cả đã bao gồm chi phí vận chuyển và thuế.

Giả định 10 (các nguồn lực được sử dụng hết ở cả hai quốc gia) nghĩa là không có nguồn lực nào bị bỏ phí ở cả hai quốc gia.

Giả định 11 (thương mại quốc tế cân bằng giữa hai quốc gia) nghĩa là tổng giá trị xuất khẩu của quốc gia này chính bằng tổng giá trị nhập khẩu của quốc gia kia.

3.2.3. Khái niệm yếu tố thâm dụng, yếu tố dư thừa và mối liên hệ với đường PPF

3.2.3.1. Yếu tố thâm dụng (Factor intensity)

Trong phạm vi của hai loại sản phẩm X và Y, hai yếu tố sản xuất lao động (L) và vốn (K), chúng ta nói rằng sản phẩm Y là sản phẩm thâm dụng vốn nếu tỷ số K/L được sử dụng trong việc sản xuất sản phẩm Y lớn hơn tỷ số K/L sử dụng trong việc sản xuất sản phẩm X.

Cần lưu ý một điểm: Điều quan trọng không phải là số lượng tuyệt đối vốn và lao động được sử dụng trong sản xuất hai loại sản phẩm X và Y mà phải căn cứ vào tỷ số lao động và vốn được sử dụng trong sản xuất X và Y để xác định sản phẩm nào thâm dụng lao động, sản phẩm nào thâm dụng vốn. Có khi sử dụng một số lượng tuyệt đối K nhiều hơn nhưng sản phẩm đó vẫn là sản phẩm thâm dụng lao động và ngược lại, sử dụng một lượng tuyệt đối L nhiều hơn nhưng sản phẩm đó vẫn thâm dụng vốn.

3.2.3.2. Yếu tố dư thừa (Factor abundance)

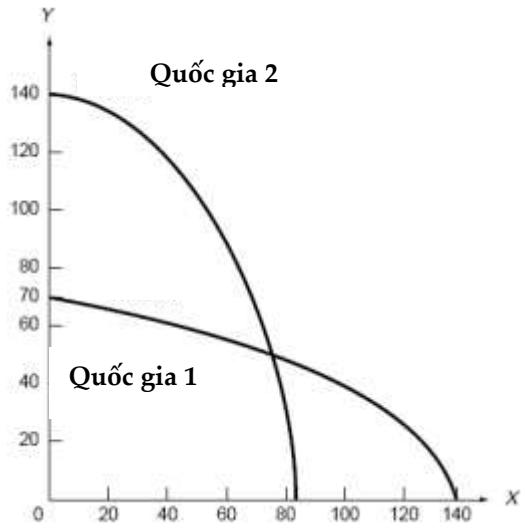
Khái niệm này nói lên sự dồi dào của một yếu tố sản xuất nào đó. Có thể là vốn hay cũng có thể là lao động. Có hai cách xác định yếu tố dư thừa tương đối của quốc gia:

Một là, căn cứ vào các đơn vị vật chất cụ thể như toàn bộ số lượng lao động và vốn dùng vào sản xuất của quốc gia đó. Quốc gia được coi là dư thừa lao động nếu tỷ số giữa tổng số lao động và tổng số vốn của quốc gia này lớn hơn so với quốc gia kia. Một quốc gia được coi là dư thừa vốn nếu tỷ số giữa tổng số vốn trên tổng số lao động của nó lớn hơn tỷ số này ở quốc gia kia. Cụ thể, nếu $\frac{\sum K}{\sum L}(2) > \frac{\sum K}{\sum L}(1)$ thì quốc gia 2 dư thừa vốn và nếu $\frac{\sum L}{\sum K}(1) > \frac{\sum L}{\sum K}(2)$thì quốc gia 1 dư thừa lao động.

Hai là, thông qua giá cả sản phẩm so sánh để xác định quốc gia đó dư thừa vốn hay dư thừa lao động. Một quốc gia được coi là dư thừa vốn nếu tỷ số giữa giá cả của vốn so với giá lao động (P_K/P_L) thấp hơn tỷ số này của quốc gia kia và ngược lại, một quốc gia được coi là dư thừa lao động nếu tỷ số giữa giá lao động so với giá vốn (P_L/P_K) thấp hơn tỷ số này của quốc gia kia.

Hay, nếu $\frac{P_K}{P_L}(2) = \frac{r}{w}(2) < \frac{P_K}{P_L}(1) = \frac{r}{w}(1)$ thì quốc gia 2 dư thừa vốn, còn nếu $\frac{P_L}{P_K}(1) = \frac{w}{r}(1) < \frac{P_L}{P_K}(2) = \frac{w}{r}(2)$ thì quốc gia 1 dư thừa lao động.

3.2.3.3. Mối liên hệ với hình dạng đường PPF



Hình 3.7: Mối liên hệ giữa yếu tố dư thừa, yếu tố thâm dụng với đường PPF

Vì quốc gia 2 là quốc gia dư thừa vốn và sản phẩm Y là sản phẩm sử dụng nhiều vốn nên quốc gia 2 có thể sản xuất sản phẩm Y nhiều tương đối hơn so với quốc gia 1, do đó đường PPF hẹp và nằm dọc theo trục tung. Mặt khác, vì quốc gia 1 là quốc gia dư thừa lao động và sản phẩm X là sản phẩm sử dụng nhiều lao động nên quốc gia 1 sẽ sản xuất sản phẩm X nhiều tương đối hơn so với quốc gia 2, dẫn tới đường PPF của quốc gia 1 phẳng và rộng hơn đường khả năng sản xuất của quốc gia 2 (nếu chúng ta đặt X nằm ở trục hoành).

3.2.4. Định lý Heckscher - Ohlin và định lý Heckscher - Ohlin - Samuelson

Lý thuyết Heckscher - Ohlin được coi là sự tổng hợp của hai lý thuyết: lý thuyết xem xét và dự đoán mô hình thương mại quốc tế - gắn liền với tên tuổi của hai nhà kinh tế học Eli Heckscher (1879-1952) và Bertil Ohlin (1899-1979), còn gọi là lý thuyết H-O và lý thuyết cân bằng giá cả yếu tố sản xuất - gắn liền với tên tuổi của ba nhà kinh tế học Heckscher, Ohlin và Paul A. Samuelson (1915-2009), còn gọi là lý thuyết H-O-S.

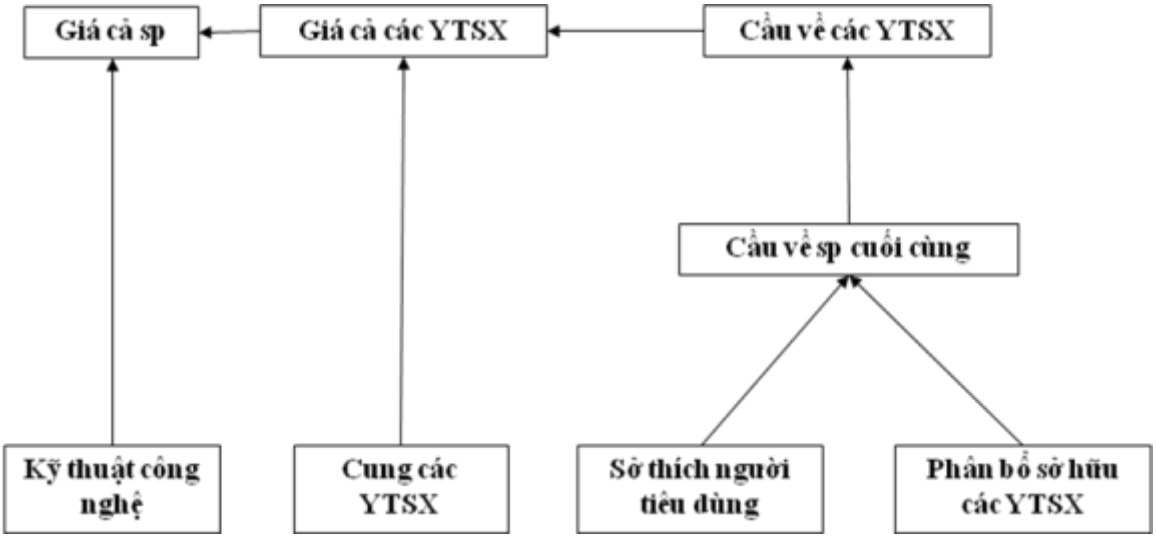
Sau khi đưa ra các giả định và trình bày các khái niệm, lý thuyết H-O được trình bày dưới dạng định lý sau:

Định lý H-O: *Một quốc gia sẽ xuất khẩu hàng hóa sử dụng nhiều yếu tố sản xuất mà quốc gia đó dư thừa và rẻ tương đối và nhập khẩu hàng hóa sử dụng nhiều yếu tố sản xuất mà quốc gia đó khan hiếm và đắt tương đối.*

Định lý H-O cho thấy quốc gia 1 sẽ xuất khẩu sản phẩm X vì đây là sản phẩm sử dụng nhiều yếu tố lao động - yếu tố mà quốc gia 1 lại dư thừa và rẻ tương đối, đồng thời nhập khẩu sản phẩm Y - sản phẩm sử dụng nhiều yếu tố vốn, yếu tố mà ở quốc gia 1 khan hiếm và đắt tương đối. Tương tự, quốc gia 2 sẽ xuất khẩu sản phẩm Y vì đây là sản phẩm sử dụng nhiều vốn và vì vốn dư thừa cũng như rẻ tương đối ở quốc gia 2, đồng thời nhập khẩu sản phẩm X – sản phẩm sử dụng nhiều yếu tố lao động, yếu tố mà quốc gia 2 khan hiếm và đắt tương đối.

Như vậy, lý thuyết H-O đã giải thích triệt để nguồn gốc phát sinh ra lợi thế so sánh. Đó là sự khác nhau giữa các yếu tố thừa tương đối hay nguồn lực sản xuất vốn có của mỗi quốc gia. Đây chính là điểm tiến bộ hơn so với các lý thuyết trước.

Theo lý thuyết H-O, giá cả sản phẩm so sánh được hình thành từ nhiều yếu tố. Cụ thể:



Hình 3.8: Quá trình hình thành giá cả sản phẩm so sánh cân bằng

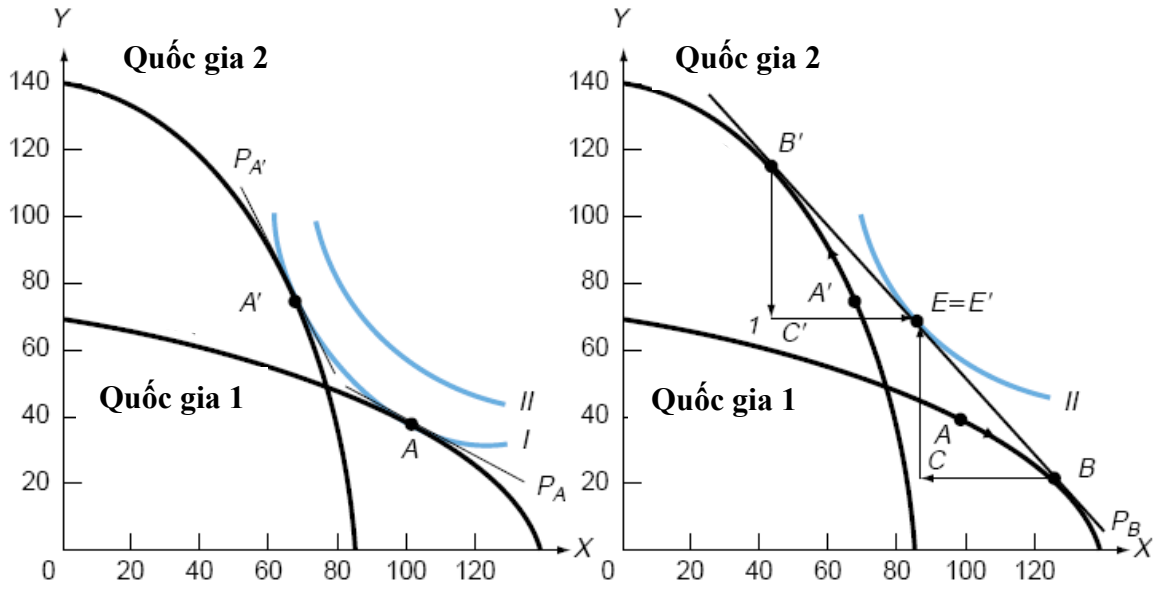
Hình 3.8 cho thấy sở thích của người tiêu dùng và phân phối trong sở hữu các yếu tố sản xuất (ví dụ như phân phối thu nhập) sẽ xác định cầu về hàng hóa hay cầu về sản phẩm cuối cùng. Cầu về hàng hóa này sẽ xác định cầu về các yếu tố sản xuất được sử dụng để sản xuất ra hàng hóa đó. Nhu cầu về các yếu tố sản xuất cùng với cung của các yếu tố sản xuất sẽ xác định mức giá của các yếu tố sản xuất trong điều kiện cạnh tranh hoàn hảo. Mức giá cả các yếu tố sản xuất cùng với một trình độ kỹ thuật công nghệ sẽ xác định mức giá của hàng hóa cuối cùng hay giá cả sản phẩm. Sự khác biệt trong các mức giá cả hàng hóa so sánh giữa các quốc gia sẽ xác định lợi thế so sánh và mô hình thương mại (nghĩa là quốc gia nào sẽ xuất khẩu hàng hóa nào).

Như vậy, lý thuyết H-O đã giải thích sự khác nhau trong giá cả sản phẩm so sánh hay lợi thế so sánh giữa các quốc gia chính là sự khác nhau giữa các yếu tố thừa tương đối hay nguồn lực sản xuất vốn có của mỗi quốc gia.

Minh họa lý thuyết H-O

Lý thuyết H-O được minh họa bằng Hình 3.9. Từ đồ thị bên trái Hình 3.9 ta thấy, vì giả định sở thích và thị hiếu của người tiêu dùng là như nhau ở cả hai quốc gia nên hai quốc gia này sẽ có chung hệ thống các đường bàng quan. Đường bàng quan I (đường bàng quan chung của hai quốc gia) tiếp xúc với đường PPF của quốc gia 1 tại điểm A và tiếp xúc với đường PPF của quốc gia 2 tại điểm A′. Đường bàng quan này cũng chính là đường bàng quan cao nhất mà hai quốc gia có thể đạt được khi tự cung tự cấp và điểm

A, A′ thể hiện điểm cân bằng sản xuất và tiêu dùng của hai quốc gia khi không có thương mại.



Hình 3.9: Lý thuyết H-O

Tiếp tuyến của đường bàng quan I tại điểm A và A′ xác định các mức giá cả sản phẩm so sánh cân bằng khi không có thương mại của hai quốc gia. Cụ thể, mức giá sản phẩm so sánh cân bằng khi không có thương mại của quốc gia 1 là P_A và quốc gia 2 là $P_{A'}$. Vì $P_A < P_{A'}$ nên quốc gia 1 có lợi thế so sánh trong sản xuất sản phẩm X và quốc gia 2 có lợi thế so sánh trong sản xuất sản phẩm Y.

Đồ thị bên phải Hình 3.9 cho thấy khi có thương mại, quốc gia 1 sẽ chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm X và quốc gia 2 sẽ chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm Y (theo hướng mũi tên trên các đường PPF). Quá trình chuyên môn hóa sẽ dừng lại khi quốc gia 1 sản xuất tại điểm B và quốc gia 2 sản xuất tại điểm B′. Tại hai điểm này, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng của hai quốc gia là bằng nhau ($P_B = P_{B'} = 1$) và đường P_B chính là đường tiếp tuyến chung của các đường PPF ở quốc gia 1 và quốc gia 2. Đường tiếp tuyến này có độ dốc bằng 1 và đây cũng chính là mức giá cả sản phẩm so sánh cân bằng của hai quốc gia.

Sau đó, quốc gia 1 sẽ xuất khẩu sản phẩm X, nhập khẩu sản phẩm Y từ quốc gia 2 và tiêu dùng tại điểm E trên đường bàng quan II (xem tam giác thương mại BCE). Nói cách khác, quốc gia 2 sẽ xuất khẩu Y để nhập khẩu X từ quốc gia 1 và tiêu dùng tại điểm E′ hoàn toàn trùng với điểm E (xem tam giác thương mại B′C′E′).

Ở đây, chúng ta cần lưu ý rằng lượng xuất khẩu hàng hóa X của quốc gia 1 luôn luôn bằng lượng nhập khẩu hàng hóa X của quốc gia 2 (nghĩa là BC = C'E'). Tương tự, lượng xuất khẩu hàng hóa Y của quốc gia 2 luôn luôn bằng với lượng nhập khẩu hàng hóa Y của quốc gia 1 (B'C' = CE). Tại mức giá $P_X/P_Y > P_B$, quốc gia 1 sẽ muốn xuất khẩu nhiều hàng hóa X hơn lượng mong muốn nhập khẩu của quốc gia 2 và P_X/P_Y sẽ giảm xuống đến mức P_B. Mặt khác, nếu $P_X/P_Y < P_B$, quốc gia 2 sẽ muốn nhập khẩu nhiều hàng hóa X hơn lượng xuất khẩu mong muốn của quốc gia 1 và P_X/P_Y sẽ tăng tới P_B. Chúng ta cũng có thể giải thích xu hướng tăng giảm của P_X/P_Y dựa trên lượng cung và cầu của hàng hóa Y.

Như vậy, sau khi có thương mại, giá cả sản phẩm so sánh cân bằng ở hai quốc gia 1 và 2 là bằng nhau và bằng 1. Cả hai quốc gia đều tiêu dùng tại điểm E nằm trên đường bàng quan II có độ thỏa dụng lớn hơn đường bàng quan I và nằm bên ngoài đường PPF của hai quốc gia. Thương mại quốc tế đã mang lại lợi ích cho cả hai quốc gia. Lưu ý, khi so sánh giữa điểm E và điểm A (điểm cân bằng trước khi có thương mại của quốc gia 1) mặc dù điểm E là tập hợp có nhiều Y và ít X hơn nhưng vẫn đem lại độ thỏa dụng lớn hơn. Tương tự, điểm E cũng có nhiều X và ít Y hơn so với điểm A' (điểm cân bằng của quốc gia 2 khi tự cung tự cấp) nhưng cũng đem lại độ thỏa dụng lớn hơn cho quốc gia 2.

Định lý H-O-S

Trong phần này, chúng ta sẽ xem xét định lý cân bằng giá cả các yếu tố sản xuất (định lý đề cập tới tác động của thương mại quốc tế đối với giá cả của các yếu tố sản xuất), đây là hệ quả được rút ra từ định lý H-O và nó chỉ tồn tại nếu định lý H-O tồn tại. Paul Samuelson, nhà kinh tế đoạt giải Nobel Kinh tế năm 1970, đã chứng minh được định lý cân bằng giá cả các yếu tố sản xuất. Vì lý do trên, đôi khi người ta gọi đây là định lý Heckscher-Ohlin-Samuelson (gọi tắt là định lý H-O-S).

Định lý H-O-S*: Thương mại quốc tế sẽ dẫn đến sự cân bằng tương đối và tuyệt đối trong lợi suất của các yếu tố sản xuất giữa các quốc gia*. Điều này có nghĩa là thương mại quốc tế sẽ làm cho mức lương của lao động đồng nhất và lợi suất của vốn đồng nhất là bằng nhau giữa các quốc gia tham gia thương mại quốc tế.

Lao động đồng nhất là lao động có cùng một năng suất, có cùng một trình độ kỹ thuật tay nghề như nhau. Vốn đồng nhất là vốn có cùng một năng suất và sự rủi ro như nhau.

Như vậy, định lý H-O-S được phát biểu ngắn gọn như sau: Thương mại quốc tế sẽ làm cho tiền lương và lãi suất bằng nhau ở quốc gia 1 và quốc gia 2, tức là giá cả các yếu tố sản xuất sẽ cân bằng.

Minh họa về sự cân bằng tuyệt đối giá cả các yếu tố sản xuất

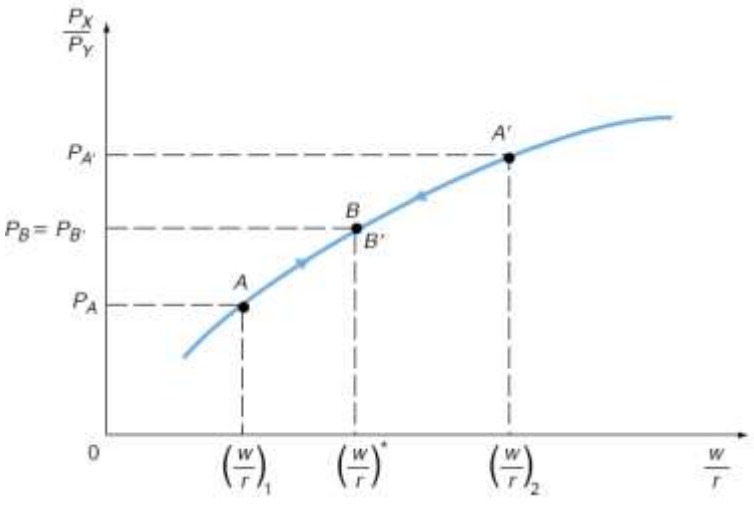
Khi không có thương mại, giá cả sản phẩm X so với sản phẩm Y ở quốc gia 1 thấp hơn so với quốc gia 2. Khi có thương mại, quốc gia 1 sẽ chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm X - sản phẩm sử dụng nhiều yếu tố mà quốc gia 1 dư thừa tương đối và giảm sản xuất sản phẩm Y - sản phẩm sử dụng nhiều yếu tố mà quốc gia 1 khan hiếm tương đối. Do đó cầu tương đối về lao động tăng làm cho tiền lương tăng, trong khi đó cầu tương đối về vốn giảm làm cho lãi suất giảm. Tương tự, khi quốc gia 2 chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm Y và giảm sản xuất sản phẩm X thì cầu tương đối về lao động giảm làm cho tiền lương giảm và cầu tương đối về vốn tăng khiến lãi suất tăng.

Như vậy, thương mại quốc tế đã làm cho tiền lương tăng trong quốc gia 1 (quốc gia có giá nhân công rẻ) và giảm trong quốc gia 2 (quốc gia có giá nhân công cao), đồng thời làm cho lãi suất giảm trong quốc gia 1 (quốc gia có giá vốn cao) và tăng trong quốc gia 2 (quốc gia có giá vốn rẻ). Hay nói cách khác, thương mại quốc tế đã làm giảm bớt sự cách biệt về tiền lương và lãi suất giữa hai quốc gia (Bảng 3.1).

Bảng 3.1: Minh họa về sự cân bằng tuyệt đối giá cả các yếu tố sản xuất

Đặc điểm	Quốc gia 1	Quốc gia 2
Khi chưa có thương mại	w thấp, r cao	r thấp, w cao
Khi có thương mại	w tăng, r giảm (tăng sản xuất sản phẩm cần nhiều lao động)	r tăng, w giảm (do giảm các sản phẩm cần nhiều lao động)

Minh họa về sự cân bằng tương đối giá cả các yếu tố sản xuất



Hình 3.10: Minh họa về sự cân bằng tương đối giá cả các yếu tố sản xuất

Trước khi có thương mại, điểm cân bằng của quốc gia 1 là điểm A với mức giá tương quan của lao động là $(w/r)_1$ và mức giá cả sản phẩm so sánh cân bằng là $P_X/P_Y = P_A$; còn ở quốc gia 2, điểm cân bằng là A' với $(w/r)_2$ và $P_{A'}$. Do $P_A < P_{A'}$ nên quốc gia 1 có lợi thế so sánh trong sản xuất sản phẩm X và quốc gia 2 có lợi thế so sánh trong sản xuất sản phẩm Y.

Khi quốc gia 1 (dư thừa lao động) chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm X - sản phẩm sử dụng nhiều lao động thì sản lượng X sẽ tăng lên, sản lượng Y giảm xuống, nhu cầu sử dụng lao động so với vốn tăng lên khiến w/r tăng và P_X/P_Y tăng (theo hình mũi tên trong Hình 3.10). Tương tự, khi quốc gia 2 chuyên môn hóa sản xuất sản phẩm Y - sản phẩm sử dụng nhiều yếu tố vốn mà quốc gia 2 dư thừa thì w/r giảm và P_X/P_Y giảm (theo hình mũi tên trong Hình 3.10). Điều đó có nghĩa là thương mại quốc tế và chuyên môn hóa đã khiến w/r và P_X/P_Y cân bằng ở cả hai quốc gia. Trong Hình 3.10, mức giá tương quan của lao động cân bằng ở cả hai quốc gia và bằng $(w/r)^*$, mức giá cả sản phẩm so sánh cân bằng là $P_B = P_{B'} = 1$.

3.2.5. Ý nghĩa của lý thuyết H-O

Lý thuyết H-O có ý nghĩa to lớn cả về lý luận và thực tiễn. Đây là một trong những lý thuyết có ảnh hưởng lớn nhất của kinh tế quốc tế, giữ vị trí trung tâm trong lý thuyết thương mại quốc tế vì nó cho phép xử lý cùng một lúc nhiều vấn đề về phân phối thu nhập và mô hình thương mại.

Lý thuyết H-O đã tìm ra được nguồn gốc phát sinh lợi thế so sánh. Đó là sự khác biệt gữa các yếu tố dư thừa tương đối hay nguồn lực sản xuất vốn có của mỗi quốc gia. Đồng thời, lý thuyết H-O cho chúng ta thấy được những nhân tố ảnh hưởng đến giá cả sản xuất và cung cấp nền tảng lý luận cho quá trình xác định giá cả sản phẩm.

Bên cạnh đó, nghiên cứu lý thuyết H-O giúp các quốc gia có định hướng trong chính sách xuất khẩu và nhập khẩu sản phẩm, đồng thời tham khảo, xem xét mức tiền lương và lãi suất vay vốn của các nước để có chính sách phù hợp.

Ngoài những ưu điểm trên, lý thuyết H-O có một số hạn chế nhất định. Lý thuyết này cho rằng các quốc gia nên xuất khẩu sản phẩm thâm dụng yếu tố mà quốc gia đó dư thừa tương đối và nhập khẩu sản phẩm thâm dụng yếu tố mà quốc gia đó khan hiếm tương đối. Nhưng thực tế không phải lúc nào cũng diễn ra như vậy. Lý thuyết H-O chưa giải thích được điều này. Bên cạnh đó, lý thuyết H–O không đề cập đến sự khác biệt về chất lượng lao động giữa các quốc gia; công nghệ sản xuất giữa các nước trên thực tế là không giống nhau; chưa tính đến các rào cản thương mại như chi phí vận chuyển, thuế quan, hạn ngạch… Vì vậy, lý thuyết H-O đúng nhưng chưa thật sự triệt để.

3.2.6. Kiểm chứng thực tế mô hình H-O

Phần này sẽ trình bày và đánh giá kết quả của cuộc kiểm chứng thực tế đối với mô hình H-O. Một mô hình cần được kiểm chứng thực tế thành công trước khi nó trở thành lý thuyết. Nếu một mô hình trái ngược với thực tế thì nó phải bị loại bỏ hoặc bị thay thế bằng một mô hình khác.

Sau đây là kết quả kiểm chứng thực tế mô hình H-O do nhà kinh tế Wassily W. Leontief (1906-1999) tiến hành. Vì những kết quả đưa ra mâu thuẫn với lý thuyết nên rất nhiều người đã cố gắng giải quyết mâu thuẫn này, do đó hàng loạt các kiểm chứng thực tiễn đã được tiến hành. Tuy nhiên, các kiểm chứng thực tế một lần nữa cho thấy điều này rất hiếm khi xảy ra trong thế giới thực.

3.2.6.1. Kết quả thực tế - nghịch lý Leontief

Kiểm chứng thực tế đầu tiên của mô hình H-O được Leontief tiến hành năm 1951 bằng cách sử dụng dữ liệu năm 1947 của Mỹ. Mỹ là quốc gia dư thừa vốn nhiều nhất trên thế giới nên Leontief kỳ vọng Mỹ sẽ xuất khẩu những hàng hóa sử dụng nhiều tương đối K và nhập khẩu những hàng hóa sử dụng nhiều tương đối L.

Đối với kiểm chứng này, Leontief sử dụng bảng đầu ra - đầu vào của nền kinh tế Mỹ để tính toán số lượng lao động và vốn bằng "một nhóm đại diện" giá trị 1 triệu đôla xuất khẩu và thay thế nhập khẩu của Mỹ năm 1947 (bảng đầu ra - đầu vào là bảng số liệu cho biết nguồn gốc và điểm đến cuối cùng của mỗi sản phẩm trong nền kinh tế). Bản thân Leontief đã có những đóng góp quan trọng trong việc phát triển kỹ thuật phân tích mới này và được nhận giải Nobel năm 1973.

Điểm cần lưu ý là Leontief đã ước lượng K/L đối với hàng hóa thay thế nhập khẩu chứ không phải hàng hóa nhập khẩu ở Mỹ. Hàng hóa thay thế nhập khẩu là những hàng hóa, ví dụ như ô tô, được Mỹ sản xuất trong nước nhưng cũng được Mỹ nhập khẩu từ nước ngoài (do chuyên môn hóa không hoàn toàn trong sản xuất). Leontief phải chấp nhận sử dụng số liệu hàng hóa thay thế nhập khẩu vì số liệu thực tế về hàng hóa nước ngoài được nhập khẩu vào Mỹ không có sẵn. Tuy nhiên, Leontief đã lý giải đúng đắn rằng mặc dù hàng hóa thay thế nhập khẩu của Mỹ chứa đựng nhiều K hơn hàng hóa nhập khẩu thật sự (vì K ở Mỹ rẻ tương đối hơn so với các nước khác), nhưng chúng vẫn sử dụng ít K hơn hàng xuất khẩu của Mỹ nếu áp dụng theo mô hình H-O. Tuy nhiên, việc sử dụng số liệu hàng thay thế nhập khẩu của Mỹ thay cho hàng nhập khẩu từ nước ngoài cũng đã loại bỏ một số hàng hóa như là cà phê và chuối - những mặt hàng không được sản xuất tại Mỹ.

Kết quả kiểm chứng của Leontief đã khiến nhiều người kinh ngạc. Hàng hóa thay thế nhập khẩu của Mỹ chứa đựng nhiều vốn hơn hàng hóa xuất khẩu là 30%. Điều này có nghĩa Mỹ dường như xuất khẩu hàng hóa sử dụng tương đối nhiều lao động và nhập khẩu hàng hóa sử dụng tương đối nhiều vốn. Việc này trái ngược với dự đoán của mô hình H-O và nó được biết đến với tên gọi là nghịch lý Leontief.

3.2.6.2. Các giải thích về Nghịch lý Leontief

Nghịch lý Leontief xảy ra có thể do năm 1947, năm mà Leontief sử dụng để kiểm chứng, rất gần với năm diễn ra Chiến tranh thế giới thứ hai và Leontief đã sử dụng lại số liệu năm 1951 để xem xét lại mô hình của ông (năm 1951 được coi là năm kết thúc hoàn toàn việc tái thiết thế giới hậu Chiến tranh). Phân tích này cho thấy nước Mỹ chỉ xuất khẩu 6% hàng hóa sử dụng tương đối nhiều lao động so với hàng hóa thay thế nhập khẩu.

Một giải thích khác là Leontief chỉ sử dụng mô hình hai yếu tố (vốn và lao động) mà loại bỏ các yếu tố sản xuất khác như tài nguyên thiên nhiên (đất, khí hậu, khoáng sản, rừng, v.v…). Một hàng hóa sử dụng nhiều tài nguyên thiên nhiên không thể sắp xếp vào hàng hóa sử dụng nhiều vốn hay nhiều lao động (trong mô hình hai yếu tố sản xuất). Hơn nữa, trong quá trình sản xuất, nhiều loại hàng hóa cần sử dụng nhiều tài nguyên thiên nhiên như quá trình khai thác than, sản xuất thép và làm nông trại. Những hàng hóa này cần tới nhiều vốn hữu hình. Sự phụ thuộc của Mỹ vào việc nhập khẩu tài nguyên thiên nhiên có thể giúp chúng ta giải thích việc các ngành cạnh tranh nhập khẩu của Mỹ sử dụng nhiều tương đối về vốn.

Chính sách về thuế quan của Mỹ cũng là một lý do khác dẫn tới sai lầm trong nghiên cứu của Leontief. Thuế quan chính là việc đánh thuế vào hàng nhập khẩu. Do vậy, nó làm giảm nhập khẩu và kích thích sản xuất nội địa các hàng thay thế nhập khẩu. Năm 1956, nghiên cứu của Irving B. Kravis cho thấy những ngành công nghiệp được bảo hộ lớn nhất tại Mỹ là những ngành sử dụng nhiều tương đối về lao động. Điều này làm sai lệch mô thức thương mại và làm giảm hàng hóa thay thế nhập khẩu, những hàng hóa sử dụng tương đối nhiều lao động của Mỹ, và nó đóng góp vào sự tồn tại nghịch lý Leontief.

Tuy nhiên, lý do quan trọng nhất dẫn tới sai lầm của Leontief là do ông chỉ xem xét vốn hữu hình (như máy móc, thiết bị, nhà xưởng …) và không xem tới vốn nhân lực. Vốn nhân lực liên quan tới giáo dục, đào tạo và sức khỏe của công nhân - các điều liên quan nhiều tới năng suất lao động. Điều này ngụ ý rằng lao động của Mỹ chứa đựng nhiều vốn nhân lực hơn lao động nước ngoài, do đó nó làm cho hàng xuất khẩu của Mỹ chứa đựng nhiều tương đối về vốn (vốn nhân lực) hơn so với hàng thay thế nhập khẩu ở

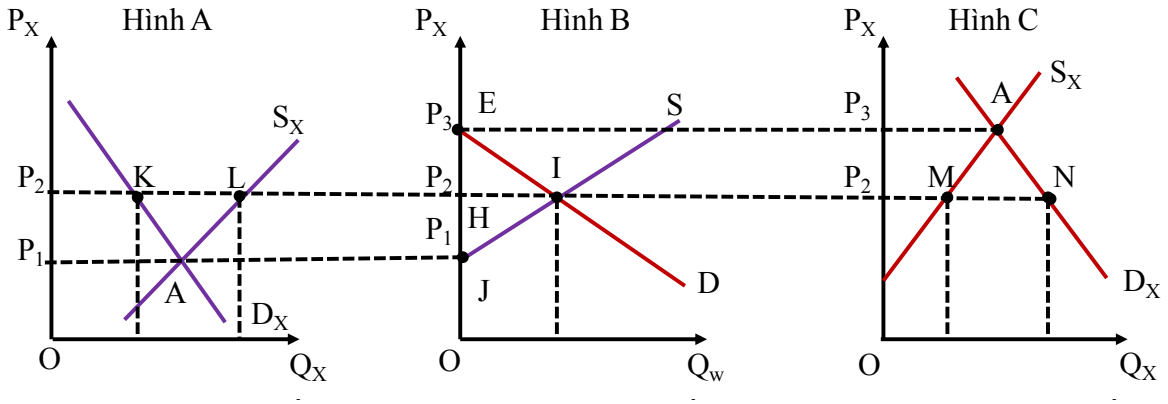
Mỹ. (Có thể nói rằng sự phân tích về vốn nhân lực chỉ trở nên hoàn thiện và được nhiều người biết tới kể từ nghiên cứu của Theodore William Schultz năm 1961 và Gary Stanley Becker năm 1964).

Một vấn đề liên quan tới vốn nhân lực là việc ảnh hưởng của nghiên cứu và phát triển (R&D) đối với hàng xuất khẩu của Mỹ. Vốn "tri thức" là kết quả của R&D và nó dẫn tới sự gia tăng giá trị cho sản phẩm. Thậm chí, những quan sát thông thường đều có thể thấy rằng hầu hết hàng hóa xuất khẩu của Mỹ sử dụng nhiều tương đối các kỹ năng và R&D. Do đó, vốn tri thức và vốn nhân lực là những yếu tố quan trọng quyết định mô hình thương mại. Những điều này lại không được xem xét trong nghiên cứu của Leontief.

3.3. LÝ THUYẾT CUNG CẦU LIÊN QUAN ĐẾN THƯƠNG MẠI

3.3.1. Quan hệ cung – cầu, đường cong cung

3.3.1.1. Giá cả sản phẩm so sánh cân bằng



***Hình 3.11:** Giá cả sản phẩm so sánh cân bằng khi thương mại*

Hình A trong Hình 3.11 chỉ ra rằng khi không có thương mại, quốc gia 1 sản xuất và tiêu dùng tại điểm A với giá cả so sánh của sản phẩm X là P_1. Trong khi đó, ở Hình C, quốc gia 2 sản xuất và tiêu dùng tại điểm A' với giá cả so sánh của sản phẩm X là P_3.

Khi thương mại mở ra (có thương mại), giá cả so sánh của sản phẩm X sẽ nằm giữa P_1 và P_3 nếu cả hai quốc gia đều lớn.

Ở những mức giá cả lớn hơn P_1, quốc gia 1 sẽ sản xuất nhiều sản phẩm hơn mức tiêu dùng để xuất khẩu (Hình A). Mặt khác, tại những mức giá cả nhỏ hơn P_3, quốc gia 2 sẽ có nhu cầu nhập khẩu một khối lượng sản phẩm lớn hơn so với phần cung của nội địa và nhập khẩu phần chênh lệch đó từ quốc gia 1 (Hình C).

Cần chú ý rằng, trên Hình A, tại điểm A, tức giá cả P_1, cung sản phẩm X (Q_{SX}) bằng với cầu của sản phẩm X (Q_{DX}) nên quốc gia 1 không xuất khẩu sản phẩm X. Điều đó được thể hiện bằng điểm J trên đường S. Đường cung JS là đường cung xuất khẩu của quốc gia 1. Tương tự, tại điểm A', quốc gia 2 không nhập khẩu sản phẩm X. Điều đó được thể hiện bằng điểm E trên đường D. Đường cầu ED gọi là đường cầu nhập khẩu của quốc gia 2. Với mọi mức giá cả nhỏ hơn P_3 quốc gia 2 mới có nhu cầu nhập khẩu.

Hình A cũng chỉ ra rằng tại mức giá cả P_2, phần vượt KL của Q_{SX} so với Q_{DX} biểu hiện khối lượng sản phẩm X của quốc gia 1 sẽ xuất khẩu. Phần đó đúng bằng HI ở Hình B và điểm I được xác định trên đường cung xuất khẩu của quốc gia 1.

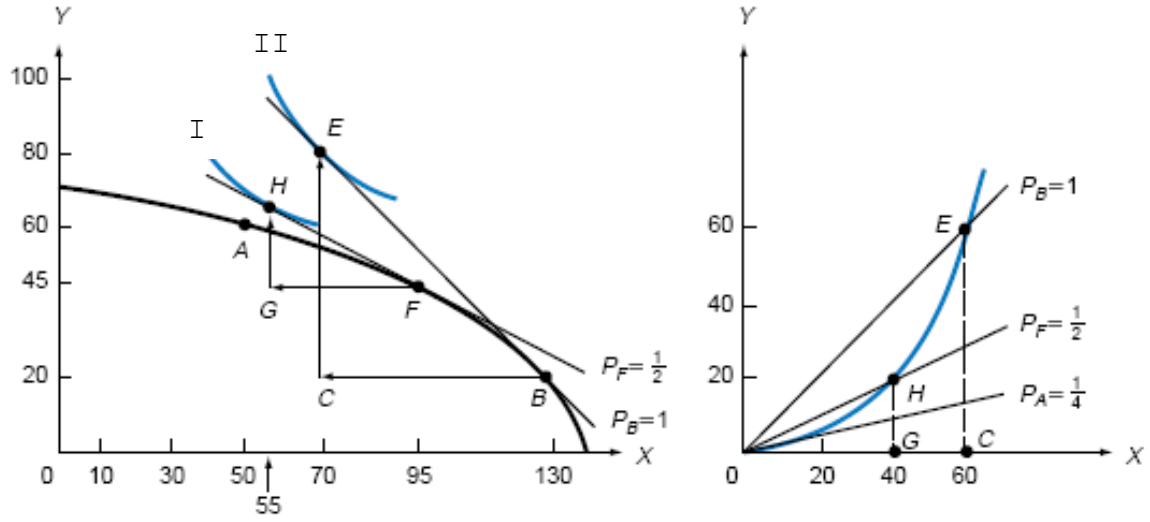
Tại mức giá cả P_2, khối lượng nhập khẩu sản phẩm X mà quốc gia 2 có nhu cầu (tức đoạn MN trên Hình C) bằng khối lượng xuất khẩu sản phẩm X của quốc gia 1 có thể cung. Như vậy, tại Hình B, đường cung xuất khẩu của quốc gia 1 sẽ cắt đường cầu nhập khẩu của quốc gia 2 tại điểm I. Rõ ràng với mức giá cả P_2, thương mại sản phẩm X sẽ cân bằng tại điểm I và P_2 chính là giá cả so sánh cân bằng của sản phẩm X.

3.3.1.2. Đường cong cung của một quốc gia

Một trong những hạn chế của Ricardo là khi giải thích quy luật lợi thế so sánh, ông đã không chú ý đến cầu, đặc biệt là một trong hai quốc gia có thật sự muốn trao đổi hay không, tức là với một giá cả quốc tế hay một tỷ lệ thương mại nào đó, quốc gia 1 và quốc gia 2 có sẵn sàng xuất khẩu hay nhập khẩu không và số lượng xuất nhập khẩu là bao nhiêu? Để trả lời câu hỏi này, người ta đưa ra một khái niệm mới, đó là đường cong cung (Offer curve).

Đường cong cung (còn gọi là đường thương mại cân bằng), được đưa ra bởi hai nhà kinh tế học nổi tiếng người Anh là Alfred Marshall và Francis Ysidro Edgeworth.

Đường cong cung của một quốc gia chỉ ra rằng bao nhiêu hàng xuất khẩu mà quốc gia đó sẵn sàng cung ứng để đổi lấy một số lượng hàng nhập khẩu nào đó tùy theo giá cả quốc tế hay tỷ lệ thương mại. Đường cong cung của một quốc gia bao gồm cả số cung và số cầu nên nó đại diện cho cả thị hiếu người tiêu dùng cũng như khả năng của người sản xuất. Nói một cách khác đường cong cung của một quốc gia được xây dựng dựa trên PPF, biểu đồ bàng quan và những giá cả khác nhau của quốc gia đó.

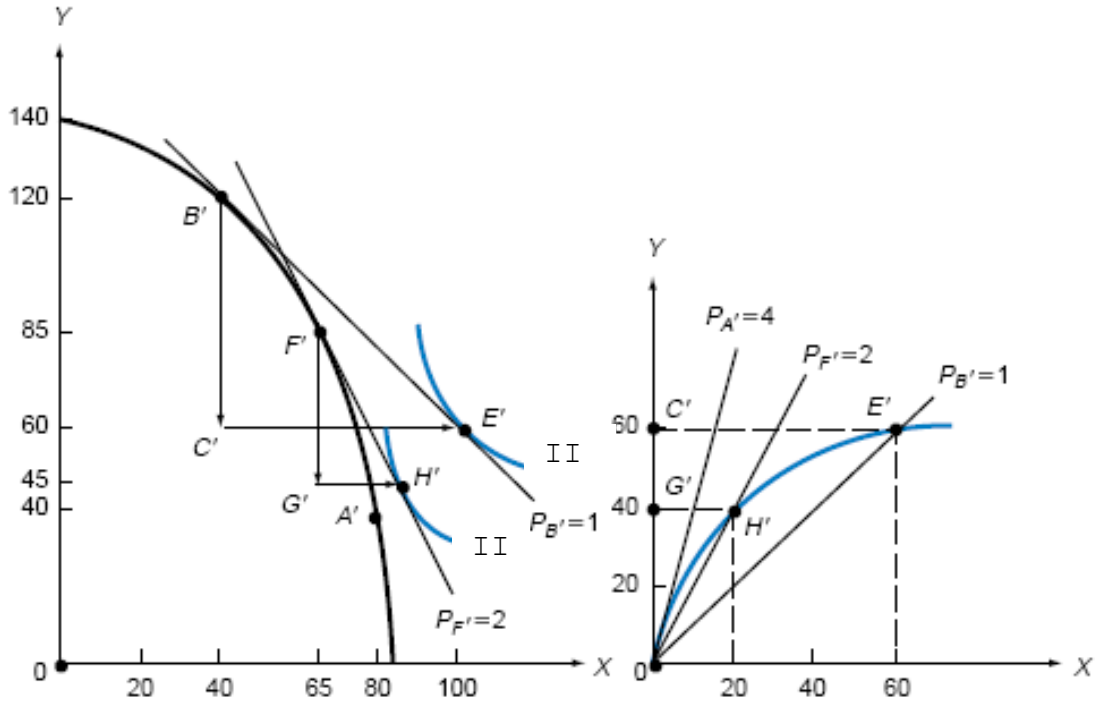


Hình 3.12: Quá trình hình thành đường cong cung của quốc gia 1

Trong phần bên trái Hình 3.12, quốc gia 1 bắt đầu từ điểm A, tức điểm không có thương mại (điểm tự cung tự cấp), chuyển động đến điểm B khi xuất hiện thương mại với giá cả sản phẩm so sánh $P_B = P_X/P_Y = 1$. Tại đó, quốc gia 1 sẽ đổi 60X lấy 60Y với quốc gia 2 và đạt tới điểm E trên đường bàng quan III.

Tại điểm F mà ở đó $P_X/P_Y = 1/2$, sản xuất của quốc gia 1 chuyển động từ A đến F. Tại đây, quốc gia 1 đổi 40X lấy 20Y từ quốc gia 2 và tiêu dùng sẽ đạt tới điểm H trên đường bàng quan II. Tất cả các điểm ở phần bên trái Hình 3.12 được biểu thị qua các điểm tương ứng ở phần bên phải của Hình 3.12, ta có đường cong cung của quốc gia 1. Đường cong cung này chỉ ra rằng bao nhiêu sản phẩm X mà quốc gia 1 sẵn sàng xuất khẩu để đổi lấy một lượng sản phẩm Y nhập khẩu với các giá cả so sánh khác nhau.

Đường cong cung của quốc gia 2 được hình thành như sau: ở phần bên trái Hình 3.13, bắt đầu từ điểm A' (điểm tự cung tự cấp), sản xuất của quốc gia 2 sẽ chuyển đến điểm B' khi có thương mại với giá cả so sánh $P_{B'} = P_X/P_Y = 1$. Tại điểm này, quốc gia 2 sẽ đổi 60Y lấy 60X với quốc gia 1 và tiêu dùng sẽ đạt tới điểm E' trên đường bàng quan III'. Từ phần bên trái Hình 3.13 ta xây dựng được đường cong cung ở phần bên phải Hình 3.13.

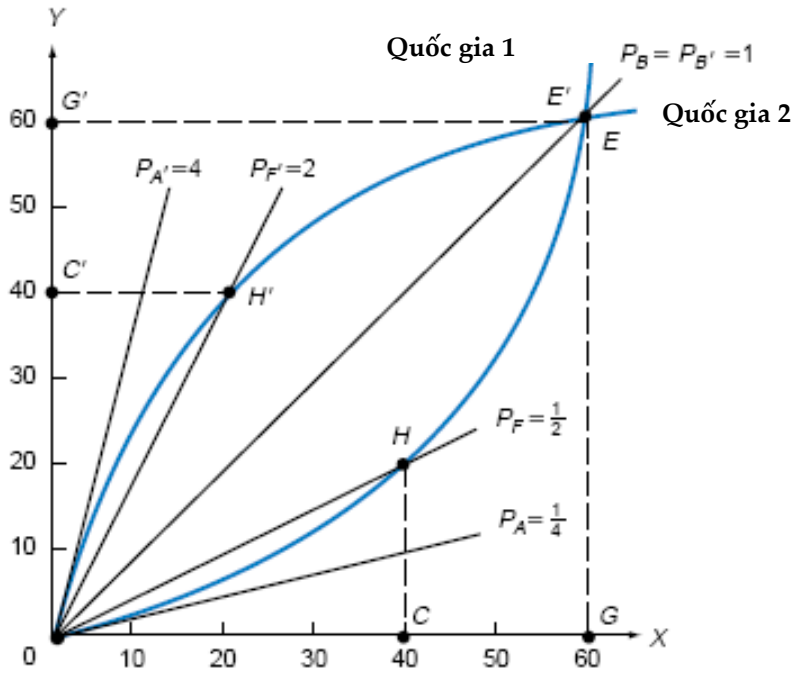


Hình 3.13: Quá trình hình thành đường cong cung của quốc gia 2

3.3.1.3. Giá cả sản phẩm so sánh cân bằng và thương mại – phân tích cân bằng tổng quát

Từ phần trên chúng ta đã xác định được đường cong cung của từng quốc gia. Điểm giao nhau của đường cong cung chính là giá cả so sánh cân bằng mà ở đó hai quốc gia buôn bán với nhau. Tức là tại điểm đó, thương mại cân đối hay khối lượng xuất khẩu bằng khối lượng nhập khẩu. Tại bất cứ một điểm nào khác, thương mại đều không cân đối (minh họa qua Hình 3.14).

Tại bất cứ P_X/P_Y nào khác, thương mại sẽ không đạt trạng thái cân bằng. Ví dụ, tại điểm $P_F = 1/2$, quốc gia 1 xuất khẩu 40X sẽ làm tăng khối lượng nhập khẩu của quốc gia 2 với giá cả tương đối thấp như vậy. Chính sự chênh lệch giữa xuất khẩu và nhập khẩu sẽ đẩy giá cả so sánh PX/PY phải tăng lên. Khi đó, quốc gia 1 sẽ sản xuất nhiều sản phẩm X hơn để xuất khẩu (tức là quốc gia 1 sẽ di chuyển lên phía trên đường cong cung của nó). Trong khi đó quốc gia 2 sẽ phải giảm nhu cầu nhập khẩu vì giá cả đã tăng lên (tức là quốc gia 2 di chuyển xuống phía dưới đường cong cung của nó). Điều này tiếp tục cho đến khi nào cung và cầu trở nên cân bằng tại P_B.



Hình 3.14: Giá cả sản phẩm so sánh cân bằng với thương mại

3.3.2. Tỷ lệ thương mại

3.2.2.1. Khái niệm

Tỷ lệ thương mại (Terms of trade) của một quốc gia là tỷ số giữa giá cả hàng xuất khẩu và giá cả hàng nhập khẩu.

Trong một thế giới hai quốc gia, xuất khẩu của quốc gia này sẽ là nhập khẩu của quốc gia kia, tỷ lệ thương mại của quốc gia 2 đúng bằng số nghịch đảo tỷ lệ thương mại của quốc gia 1.

Nếu hơn hai loại sản phẩm trở lên, tỷ lệ thương mại của một quốc gia được đo bằng tỷ lệ của chỉ số giá cả hàng xuất khẩu với chỉ số giá cả hàng nhập khẩu. Tỷ lệ thương mại được tính bằng theo tỷ lệ phần trăm.

3.2.2.2. Ý nghĩa

Tỷ lệ thương mại phản ánh lợi ích khi buôn bán. Một sự tăng tỷ lệ thương mại trong mỗi quốc gia thông thường được coi như là tăng lợi ích đối với quốc gia đó, bởi vì giá cả mà quốc gia nhận được do xuất khẩu đã tăng lên tương đối so với giá cả mà họ phải bỏ tiền ra để nhập khẩu.

Thí dụ, sau một thời gian tỷ lệ thương mại của quốc gia 1 tăng từ 100 đến 135, điều đó có nghĩa là giá cả xuất khẩu của quốc gia 1 đã tăng lên 35% trong mối quan hệ với giá cả nhập khẩu. Mặt khác, điều đó cũng có nghĩa là tỷ lệ thương mại của quốc gia 2 giảm từ 100 đến $\frac{100}{135}$. 100 = 74.07 (tức là giảm 25,93%).

Ngoài ra, tỷ lệ thương mại giúp đưa ra phương hướng giải pháp để tăng lợi ích khi buôn bán.

3.4. LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI DỰA TRÊN LỢI THẾ NHỜ QUY MÔ

3.4.1. Thương mại dựa trên lợi thế so sánh với lợi tức không đổi theo quy mô và thương mại dựa trên lợi thế nhờ quy mô

3.4.1.1. Thương mại dựa trên lợi thế so sánh với lợi tức không đổi theo quy mô

Các mô hình lợi thế so sánh đã được trình bày đều dựa trên giả thiết về lợi tức không đổi theo quy mô. Tức là, chúng ta giả thiết rằng nếu đầu vào của một ngành tăng gấp đôi, sản lượng của ngành đó cũng tăng lên gấp đôi. Trường hợp này gọi tắt là lợi tức không đổi theo quy mô. Ví dụ, lao động và vốn đầu vào tăng gấp 5 lần thì sản lượng đầu ra cũng tăng gấp 5 lần.

3.4.1.2. Thương mại dựa trên lợi thế nhờ quy mô

Trong thực tế, nhiều ngành được đặc trưng bởi tính kinh tế nhờ quy mô (còn được gọi là lợi tức tăng dần), do đó sản xuất càng hiệu quả khi quy mô của nó càng lớn. Nơi nào tồn tại tính kinh tế nhờ quy mô, việc tăng gấp đôi đầu vào ở một ngành sẽ làm cho sản lượng của ngành đó tăng hơn gấp đôi.

Ví dụ, để sản xuất 10 sản phẩm A, cần phải dùng 15 giờ lao động (trung bình một sản phẩm cần 1,5 giờ), trong khi sản xuất 25 sản phẩm A cần 30 giờ (trung bình 1 sản phẩm cần 1,2 giờ). Sự xuất hiện của tính kinh tế nhờ quy mô có thể thấy được từ thực tế là lao động ở đầu vào tăng gấp đôi từ 15 lên 30, thì sản lượng tăng hơn gấp 2 lần, trên thực tế tăng 2,5 lần. Tương ứng, sự có mặt của tính kinh tế nhờ quy mô có thể thấy được bằng cách xem xét khối lượng lao động trung bình sử dụng để sản xuất mỗi đơn vị sản phẩm: nếu sản lượng chỉ là 5 sản phẩm A, số lao động trung bình để sản xuất 1 sản phẩm A là 2 giờ.

Chúng ta có thể sử dụng ví dụ này để lý giải tại sao tính kinh tế nhờ quy mô tạo ra động lực cho thương mại quốc tế. Giả định thế giới chỉ có hai quốc gia là Mỹ và Anh, cả hai đều có chung công nghệ sản xuất sản phẩm A. Theo số liệu Bảng 3.2, điều đó đòi

hỏi 15 giờ ở mỗi nước, do đó thế giới nói chung cần có 30 giờ lao động để sản xuất 20 sản phẩm A. Bây giờ chúng ta hãy giả thiết rằng việc sản xuất sản phẩm A được tập trung ở một nước – chẳng hạn Mỹ, và Mỹ thuê tất cả 30 giờ công lao động vào ngành sản xuất sản phẩm A. Ở trong một nước duy nhất, 30 giờ công lao động có thể sản xuất 25 sản phẩm A. Do đó, bằng việc tập trung sản xuất sản phẩm A ở Mỹ, nền kinh tế thế giới có thể sử dụng cùng một lượng lao động để sản xuất thêm được 25% sản phẩm A (5/20).

Bảng 3.2: Mối quan hệ giữa đầu vào và sản lượng trong một ngành công nghiệp có tính giả thiết

Sản lượng	Tổng lao động đầu vào (giờ)	Đầu vào lao động bình quân (giờ)
5	10	2
10	15	1,5
15	20	1,33
20	25	1,25
25	30	1,2
30	35	1,16

Sản phẩm A được tập trung sản xuất tại Mỹ, quy mô sản xuất sẽ lớn hơn và sẽ giảm chi phí theo quy mô. Có hai loại lợi thế nhờ quy mô là lợi thế nhờ quy mô bên ngoài và lợi thế nhờ quy mô bên trong.

Lợi thế kinh tế nhờ quy mô bên ngoài diễn ra khi chi phí trên mỗi đơn vị sản phẩm phụ thuộc vào độ lớn của ngành công nghiệp mà không nhất thiết phụ thuộc vào độ lớn của công ty (doanh nghiệp). Lợi thế kinh tế nhờ quy mô bên trong diễn ra khi chi phí trên mỗi đơn vị sản phẩm phụ thuộc vào độ lớn của công ty (doanh nghiệp) mà không phụ thuộc vào độ lớn của ngành công nghiệp. Cả lợi thế nhờ quy mô bên ngoài và bên trong đều là nguồn gốc của thương mại. Tuy nhiên, các công trình nghiên cứu gần đây về vai trò của lợi thế kinh tế nhờ quy mô đã tập trung vào lợi thế kinh tế nhờ quy mô bên trong vì hai lý do. Một là, lợi thế kinh tế nhờ quy mô bên trong thường dễ xác định hơn lợi thế kinh tế nhờ quy mô bên ngoài. Hai là, tình huống thương mại nổi lên từ các mô hình thương mại thường tập trung ở lợi thế kinh tế nhờ quy mô bên trong. Quy mô doanh nghiệp càng lớn, chi phí theo quy mô càng giảm. Sản lượng của doanh nghiệp càng lớn, chi phí cố định cho mỗi đơn vị sản phẩm càng nhỏ.

Cụ thể, chi phí trung bình của doanh nghiệp (tổng chi phí chia cho sản lượng) là:

Chi phí trung bình = AC = C/X = F/X + c

Trong đó:

C: Chi phí của doanh nghiệp
X: Khối lượng sản phẩm của doanh nghiệp
F: Chi phí cố định (không phụ thuộc vào khối lượng sản phẩm)
c: Chi phí biên

Từ công thức trên cho thấy, khối lượng sản phẩm làm ra càng lớn thì chi phí trung bình sẽ càng giảm.

Trở lại ví dụ ở Bảng 3.2. chúng ta thấy khi số lượng sản phẩm tăng, chi phí càng giảm. Số lượng sản phẩm A được tập trung sản xuất ở Mỹ, còn Anh sẽ sản xuất sản phẩm gì? Câu trả lời hoàn toàn phụ thuộc vào sự lựa chọn của Anh. Giả sử Anh sẽ sản xuất sản phẩm B, dựa trên lợi thế kinh tế nhờ quy mô và đem trao đổi sản phẩm với Mỹ (Mỹ và Anh buôn bán với nhau, cả hai đều có lợi, vừa khai thác được lợi thế nhờ quy mô và lợi thế so sánh, đồng thời tăng thêm sự đa dạng của sản phẩm). Thương mại dựa trên lợi thế nhờ quy mô có thể diễn ra trong phạm vi một ngành, chẳng hạn trong phạm vi ngành công nghiệp sản xuất ô tô, máy bay, v.v… - gọi là thương mại nội bộ ngành). Những lý do tồn tại thương mại nội bộ ngành là: Sản phẩm khác nhau; tiết kiệm chi phí giao thông; vị trí địa lý gần nhau; hiệu quả kinh tế nhờ quy mô; mức độ chung của sản phẩm; và phân phối thu nhập khác nhau ở các nước.

Thương mại nội bộ ngành đóng một vai trò quan trọng trong quan hệ thương mại về hàng hóa chế tạo giữa các nước công nghiệp phát triển vốn chiếm đa số thương mại thế giới. Ngoài những lợi ích thu được từ lợi thế so sánh, thương mại nội bộ ngành còn cho phép các nước thu lợi từ thị trường rộng lớn hơn.

Thông qua việc tham gia thương mại nội bộ ngành, một nước có thể cùng một lúc giảm bớt số loại sản phẩm tự mình sản xuất và tăng thêm sự đa dạng của hàng hóa cho những người tiêu dùng nội địa. Do sản xuất ít chủng loại hàng hơn, một nước có thể sản xuất mỗi loại hàng ở quy mô lớn hơn, với năng suất lao động cao hơn và chi phí thấp hơn. Đồng thời, người tiêu dùng được lợi do phạm vi lựa chọn rộng hơn.

Ví dụ, thực hiện thương mại nội bộ ngành ô tô, người tiêu dùng nội địa đã mở rộng phạm vi lựa chọn từ 6 kiểu ô tô 4 chỗ ngồi lên 10 kiểu và thậm chí còn hạ thấp giá một chiếc ô tô từ 10.000 đôla xuống còn 8.000 đôla.

Thương mại dựa trên lợi thế nhờ quy mô có thể diễn ra trên phạm vi khác ngành, chẳng hạn như trao đổi sản phẩm giữa ngành công nghiệp với ngành thực phẩm.

3.4.2. Lợi thế kinh tế nhờ quy mô và lợi thế so sánh

Chúng ta sẽ xem xét tác động tương hỗ giữa lợi thế kinh tế nhờ quy mô và lợi thế so sánh để xác định mô hình thương mại quốc tế. Hãy giả định một thế giới gồm hai quốc gia: nội địa và nước ngoài. Mỗi quốc gia có hai yếu tố sản xuất: vốn và lao động. Giả sử nội địa có tỷ lệ vốn so với lao động cao hơn nước ngoai, tức là nội địa có vốn dồi dào. Đồng thời, giả sử có hai ngành công nghiệp chế tạo và sản xuất thực phẩm, trong đó ngành công nghiệp chế tạo cần tập trung nhiều vốn. Giả sử ngành công nghiệp chế tạo không phải là một ngành cạnh tranh hoàn hảo và sản xuất ra những sản phẩm đồng nhất. Thay vào đó, đây là một ngành cạnh tranh độc quyền trong đó tất cả các công ty sản xuất ra các sản phẩm khác biệt nhau. Do lợi thế kinh tế nhờ quy mô, không quốc gia nào có thể tự mình sản xuất tất cả các sản phẩm chế tạo; vì vậy, mặc dù cả hai quốc gia có thể sản xuất một số mặt hàng chế tạo, họ sản xuất ra các sản phẩm khác nhau. Lấy ví dụ ngành sản xuất ô tô và máy bay là rất rõ.

Hãy xem xét trường hợp ngành công nghiệp chế tạo không phải là ngành sản xuất các sản phẩm khác biệt. Do nội địa có nhiều vốn và ngành chế tạo cần nhiều vốn, nội địa sẽ cung ứng hàng chế tạo nhiều hơn tương đối và vì thế nó xuất khẩu hàng chế tạo, nhập khẩu thực phẩm. Trong thế giới không có lợi thế nhờ quy mô, sẽ chỉ đơn giản diễn ra sự trao đổi hàng chế tạo lấy hàng thực phẩm.

Nếu chúng ta giả thiết rằng ngành công nghiệp chế tạo là ngành cạnh tranh độc quyền (sản phẩm của mỗi công ty là khác nhau), nội địa sẽ vẫn là nước xuất khẩu hàng chế tạo và nhập khẩu hàng thực phẩm. Tuy nhiên, công ty nước ngoài trong ngành chế tạo sẽ đưa ra những sản phẩm khác với sản phẩm nội địa. Do một số người tiêu dùng nội địa thích sự đa dạng của hàng hóa nước ngoài nên mặc dù nội địa có thặng dư thương mại trong ngành chế tạo, nó vẫn nhập và xuất trong nội bộ ngành. Trong nội bộ ngành chế tạo có buôn bán hai chiều. Quá trình trao đổi hàng chế tạo lấy hàng chế tạo gọi là thương mại nội bộ ngành. Phần còn lại của thương mại là quá trình trao đổi hàng chế tạo lấy hàng thực phẩm, được gọi là thương mại giữa các ngành.

Cùng với thời gian, các nước công nghiệp phát triển ngày càng trở nên giống nhau ở trình độ công nghệ và có sẵn vốn cùng tay nghề cao. Do các quốc gia thương mại chủ yếu đã trở nên giống nhau về công nghệ và các nguồn lực, lợi thế so sánh trong nội bộ ngành công nghiệp thường không rõ, vì thế hầu hết thương mại quốc tế được tiến hành dưới dạng trao đổi hai chiều trong nội bộ các ngành – có lẽ được thúc đẩy chủ yếu

bởi lợi thế kinh tế nhờ quy mô – hơn là chuyên môn hóa giữa các ngành công nghiệp được thúc đẩy bởi lợi thế so sánh.

3.5. CÁC LÝ THUYẾT THƯƠNG MẠI KHÁC

3.5.1. Lý thuyết chu kỳ sản phẩm

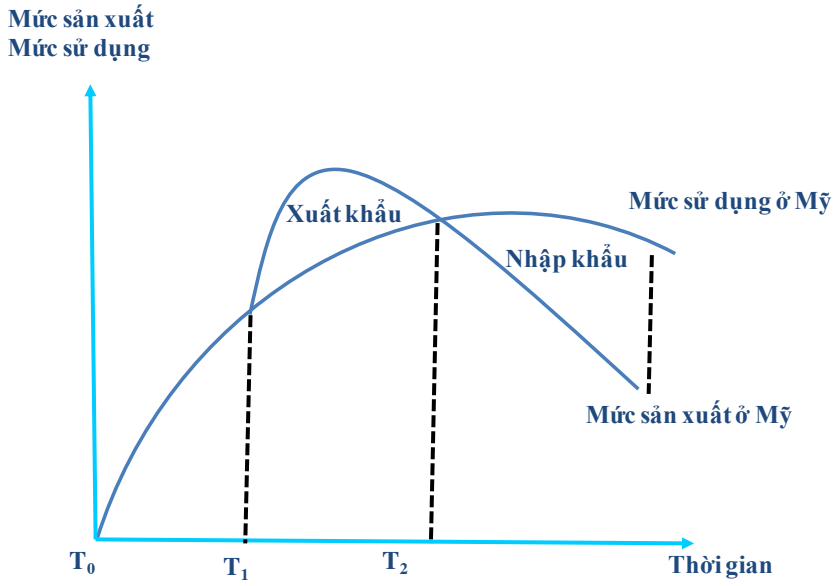
Lý thuyết chu kỳ sản phẩm được Raymond Vernon đề xướng năm 1966, quan tâm tới chu kỳ sống của "sản phẩm mới" và những tác động của nó tới thương mại quốc tế. Vernon đã phát triển lý thuyết này và nhấn mạnh vào những hàng hóa đã được sản xuất (thành phẩm). Nó được bắt đầu với sự phát triển của một sản phẩm ở Mỹ. Sản phẩm này có hai đặc tính chính: a) Nó phù hợp với cầu của người có thu nhập cao và ở nước có thu nhập cao và b) Nó sẽ tiết kiệm thời gian lao động của người mua nó, ví dụ như một chiếc lò vi sóng. Sản phẩm có đặc tính tiết kiệm sức lao động vì Mỹ là nước khan hiếm về lao động. Chính vì thế, sự thay đổi về công nghệ sẽ nhấn mạnh vào quá trình sản xuất với khả năng tiết kiệm sức lao động.

Lý thuyết chu kỳ sản phẩm phân chia chu kỳ sống của sản phẩm mới thành ba giai đoạn. Ở giai đoạn đầu: giai đoạn sản phẩm mới xuất hiện, sản phẩm chỉ được sản xuất và tiêu dùng ở Mỹ. Giai đoạn này không có thương mại quốc tế.

Giai đoạn hai của lý thuyết chu kỳ sản phẩm được gọi là giai đoạn sản phẩm tăng trưởng. Ở giai đoạn này, một số tiêu chuẩn được đưa ra và thực hiện sản xuất hàng loạt. Trong giai đoạn này, sản xuất hàng loạt với tiêu chuẩn nhất định, tạo ra lợi thế nhờ quy mô. Đặc trưng này đối ngược hẳn với lý thuyết của Heckscher – Ohlin và Ricardo (với giả thiết rằng lợi suất theo quy mô là không đổi). Hơn thế, cầu về sản phẩm mới chỉ tăng ở những nước có thu nhập cao. Khi cầu về sản phẩm ở nước ngoài tăng dẫn tới mô hình thương mại mà Mỹ xuất khẩu sản phẩm sang nước có thu nhập cao (chủ yếu là châu Âu ở giai đoạn hai này).

Giai đoạn cuối cùng của lý thuyết chu kỳ sản phẩm là giai đoạn sản phẩm được tiêu chuẩn hóa. Trong giai đoạn này, các đặc điểm và quá trình sản xuất của sản phẩm được nhận diện rõ ràng, sản phẩm đã thích nghi (quen với người tiêu dùng) và quá trình sản xuất đã thích nghi với nhà sản xuất. Vernon giả thiết rằng lúc này việc sản xuất được di chuyển sang các nước đang phát triển. Một lần nữa, giá của lao động lại đóng một vai trò quan trọng và những nước phát triển trong giai đoạn này đang bận rộn trong việc giới thiệu các sản phẩm khác. Chính vì vậy, mô hình thương mại lúc này là Mỹ và châu Âu sẽ nhập khẩu sản phẩm từ các nước đang phát triển.

Hình 3.15 tóm tắt việc sản xuất, tiêu dùng và mô hình thương mại từ nước đầu tiên phát sinh ra sản phẩm, đó là nước Mỹ. Các sản phẩm cần phải được người lao động có kỹ năng chuyên môn tạo ra.



Hình 3.15: Mô hình thương mại của Mỹ theo lý thuyết chu kỳ sản phẩm

Từ thời gian t_o đến thời gian t_1 Mỹ sản xuất sản phẩm mới cho thị trường trong nước và do đó không có thương mại quốc tế. Từ thời gian t_1 đến thời gian t_2 Mỹ xuất khẩu hàng hóa đến các nước phát triển khác. Xuất khẩu = mức sản xuất – mức sử dụng; Nhập khẩu = mức sử dụng – mức sản xuất. Từ thời gian t_2 trở đi, Mỹ nhập khẩu từ các nước phát triển khác và tăng cường nhập khẩu từ các nước đang phát triển.

3.5.2. Lý thuyết Linder

Lý thuyết này giải thích sự hình thành thương mại của một quốc gia, do nhà kinh tế học người Thụy Điển Staffan Burenstam Linder đề xuất năm 1961. Lý thuyết Linder dựa trên mô hình H-O bởi nó là mô hình hướng cầu. Mô hình H-O cũng là mô hình hướng cầu bởi nó tập trung vào hai yếu tố chính là yếu tố thâm dụng và yếu tố dư thừa. Lý thuyết Linder phát biểu rằng sở thích của người tiêu dùng là do thu nhập của họ tạo nên.

Lý thuyết Linder công nhận những sở thích của một nhóm "người tiêu dùng đại diện" ở một nước sẽ tạo ra nhu cầu về các sản phẩm và những nhu cầu này sẽ tạo ra hoạt động sản xuất của các công ty ở nước đó. Vì vậy, những loại hàng hóa được sản xuất tại một nước phản ánh mức độ thu nhập đầu người của quốc gia đó. Nhóm sản phẩm này tạo nên cơ sở xuất khẩu cho quốc gia đó.

TÓM TẮT

Lý thuyết thương mại hiện đại bao gồm lý thuyết thương mại với chi phí cơ hội tăng, lý thuyết H-O, lý thuyết thương mại liên quan đến cung cầu, lý thuyết thương mại dựa trên lợi thế nhờ quy mô và một số lý thuyết khác gắn với thời kỳ hiện đại đã có một phương pháp tiếp cận khoa học và chặt chẽ hơn. Việc phân chia các dòng lý thuyết chỉ có ý nghĩa tương đối. Lý thuyết chuẩn tiếp tục nghiên cứu về lợi thế so sánh và tiến sát với thực tế. Lý thuyết H-O đã tìm ra nguồn gốc phát sinh lợi thế so sánh. Lý thuyết thương mại liên quan đến cung cầu giải thích rõ hơn về mô hình thương mại hiện đại. Lý thuyết thương mại dựa trên lợi thế nhờ quy mô giải thích cơ sở buôn bán trong phạm vi nội bộ ngành - một mô hình thương mại tồn tại phổ biến giữa các nước phát triển với nhau. Ở một cách tiếp cận từ thực tiễn nước Mỹ, Raymon Vernon đã đưa ra lý thuyết chu kỳ sản phẩm, góp phần giải thích cơ sở tồn tại của thương mại và làm phong phú lý thuyết thương mại… Đến nay, các lý thuyết này vẫn nguyên giá trị và có ý nghĩa không chỉ về mặt khoa học mà còn có ý nghĩa về mặt thực tiễn.

CÂU HỎI ÔN TẬP

1. Trình bày các khái niệm: chi phí cơ hội tăng, tỷ lệ biên của sự di chuyển, đường bàng quan cộng đồng, tỷ lệ thay thế biên.
2. Phân tích cơ sở và lợi ích từ thương mại với chi phí cơ hội tăng.
3. Vẽ sơ đồ và minh họa giá cả sản phẩm so sánh cân bằng cục bộ.
4. Đường cong cung là gì? Vẽ sơ đồ và minh họa quá trình hình thành đường cong cung của quốc gia 1 và quốc gia 2.
5. Vẽ sơ đồ và phân tích giá cả sản phẩm so sánh cân bằng với thương mại - phân tích cân bằng tổng quát.
6. Nêu khái niệm và ý nghĩa của tỷ lệ thương mại.
7. Lý do tồn tại và giá trị của thương mại trong nội bộ ngành công nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Dominick Salvatore, *International Economics*, seventh edition, Macmillan Publishing Company, New York, 2001.
2. James Riedel, "Kinh tế quốc tế: Lý thuyết và thực tiễn", Dự án VIE/90/007, 1993.
3. Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, *Kinh tế học quốc tế: Lý thuyết và chính sách*, NXB. Chính trị Quốc gia, H., 1996.
4. Hoàng Thị Chỉnh (Chủ biên), *Kinh tế quốc tế*, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, 2005.
5. Võ Thanh Thu, *Quan hệ kinh tế quốc tế*, NXB. Thống kê, 2008.